КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Мовні і концептуальні картини світу

Випуск 57

ISSN 2520-6397

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

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР А.Д. Бєлова, д.філол.н., проф.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ Ш.Т. Апрідонідзе(ІнститутгрузинськоїмовиАНГрузії), д.філол.н., проф.; Р. Бальсис (Клайпедський університет), д.філол.н., проф.; А.І. Бєльський (Білоруський державний університет), д.філол.н., проф.; І.В.Кононенко (Варшавський університет), д.філол.н.; В.Д. Старичонок (Білоруський державний педагогічний університет ім. Максима Танка), д.філол.н., проф., В.Б. Бурбело, д.філолн., проф., І.О. Голубовська, д.філол.н., проф.; Н.Ю. Жлуктенко, к.філол.н., проф.; В.І. Карабан, д.філол.н., проф.; Н.Ф. Клименко, д.філол.н., проф.; Н.М. Корбозерова, д.філол.н., проф.; Г.Г. Крючков, д.філол.н., проф.; О.С. Снитко, д.філол.н., проф.; Л. І. Шевченко, д.філол.н., проф.; Л.В. Коломієць, д.філол.н., проф.; О.І. Чередниченко, д.філол.н., проф.

Адреса редколегії 01033, Київ-033, б-р Тараса Шевченка, 14
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології, тел. 239-32-58

Рекомендовано Рекомендовано Вченою радою Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка 31.10.2016 р., протокол №3.

Зареєстровано Міністерство юстиції України (свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16155-4627Р від 11.12.2009 р.)
Постановою президії ВАК України
протокол №3 від 21.12.2015.

Адреса видавця 04080, Україна, м.Київ-80, а/с 41
тел./фак.: (044) 227-38-48; 227-38-28;
www.burago.com.ua, e-mail: info@burago.com.ua

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

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, ВПЦ “Київський університет”, 2016

TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV

Linguistic and conceptual worldviews

Issue 57

ISSN 2520-6397

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's'sys (University og Klaipeda), Dr.hab, full prof.; A.I.Byel's'kyy (Belorussian State University) Dr.hab, full prof.; I.V.Kononenko (University of Warsaw), Dr.hab; V.D.Starychonok (Belorussian Maxim Tank State Pedagogical University), Dr.hab, full prof., V.B.Burbello, Dr.hab, full prof.; N.M.Korbozerova, Dr.hab, full prof.; G.G.Kryuchkov, Dr.hab, full prof.; O.S.Snitko, Dr.hab, full prof.; L.I.Shevchenko, Dr.hab, full prof.; L.V.Kolomiyets', 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, tel. (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 KB № 16155-4627P (December 11, 2009) Resolution of the Presidium of the Supreme Attestation Commission of Ukraine, protocol №1328 (December 21, 2015)
Editor's address	04080, Ukraine, Kyiv-80, P.O.B. 41 tel./fax: (044) 227-38-48; 227-38-28 www.burago.com.ua, e-mail: info@burago.com.ua

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, 2016

КИЕВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО

Языковые и концептуальные картины мира

Выпуск 57

ISSN 2520-6397

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

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР А.Д. Белова, д.филол.н., проф.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ Ш.Т. Апридонидзе (Институт грузинского языка АН Грузии), д.филол.н., проф.; Р. Бальсис (Клайпедский университет), д.филол.н., проф.; А.И. Бельский (Белорусский государственный университет), д.филол.н., проф.; И.В.Кононенко (Варшавский университет), д.филол.н.; В.Д. Старичонок (Белорусский государственный педагогический университет им. Максима Танка), д.филол.н., проф., В.Б. Бурбело, д.филол.н, проф., И.А. Голубовская, д.филол.н., проф.; Н.Ю. Жлуктенко, к.филол.н., проф.; В.И. Карабан, д.филол.н., проф.; Н.Ф. Клименко, д.филол.н., проф.; Н.М. Корбозерова, д.филол.н., проф.; Г.Г. Крючков, д.филол.н., проф.; Е. С. Снитко, д.филол.н., проф.; Л. И. Шевченко, д.филол.н., проф.; Л. В. Коломиец, д.филол.н., проф.; А. И. Чередниченко, д.филол.н., проф.

Адрес редколлегии 01033, Киев-033, б-р Тараса Шевченко, 14
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Институт филологии, тел. 239-32-58

Рекомендовано Рекомендовано Ученым советом Института филологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, 31.10.2016 г., протокол №3.

Зареєстровано Министерство юстиции Украины (свидетельство о государственной регистрации КВ № 16155-4627Р от 11.12.2009 г.)
Постановлением президиума ВАК України протокол №1-05/5 от 21.12.15 г.

Адреса видавця 04080, Украина, г.Киев-80, а/я 41
тел./фак.: (044) 227-38-48; 227-38-28;
www.burago.com.ua, e-mail: info@burago.com.ua

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, ВПЦ “Київський університет”, 2016

ЗМІСТ

Андреєва Т.М.
УКРАЇНСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З ДІЄСЛІВНО-ІМЕННИКОВОЮ ТАВТОЛОГІЧНОЮ ПАРОЮ 19
Афанасьєва О.М.
КОМУНІКАТИВНЕ І СМИСЛОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ РИТУАЛУ В ПАРАДИГМІ САКРАЛЬНЕ / СЕКУЛЯРНЕ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ) 26
Бєлова А.Д.
ІКТ, БРЕНДИНГ І РЕКЛАМА В ВІДЕОІНСТРУКЦІЯХ ПРОВІДНИХ АВІАКОМПАНІЙ СВІТУ 36
Білінський Д.Ю.
РОЛЬОВА АСИМЕТРІЯ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ У ДЗЕРКАЛІ ТЕОРІЇ МОВЛЕННЄВИХ ЖАНРІВ (НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОЇ ДРАМИ XX СТОЛІТТЯ) 40
Борець А.М.
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КРИМІНАЛЬНОГО КОДЕКСУ ФРАНЦІЇ ЯК ОКРЕМОГО ЖАНРУ АДМІНІСТРАТИВНОГО СТИЛЮ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ 46
Борисенко Н.Д.
ВИСЛОВЛЕННЯ ВИБАЧЕННЯ В ДИСКУРСІ БРИТАНСЬКОЇ ДРАМИ: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ 52
Боцман А.В.
ІНДОЄВРОПЕЙСЬКІ ТА СПІЛЬНОГЕРМАНСЬКІ КОРЕНІ ПРЕТЕРИТО-ПРЕЗЕНТНИХ ДІЄСЛІВ 57
Бурбело В.Б.
ГРАМАТИКА І СЕМАНТИКА ІДЕНТИЧНОСТІ У ФРАНЦУЗЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ 69
Василюк О.В.
СВІТОВА ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ: ВЕРБАЛЬНА СКЛАДОВА 78
Воловик О.П.
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСУ STARBUCKS У РІЗНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ 90
Давидюк Н.О.
ТВІТ ЯК ЕНДЕМІЧНИЙ ТЕХНОДИСКУРСИВНИЙ ЖАНР ТВІТТЕР-ДИСКУРСУ 98
Дем'яненко Н.Б.
ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПОЛЬСЬКІЙ, УКРАЇНСЬКІЙ ТА РОСІЙСЬКІЙ МОВАХ 111
Дика Л.С.
СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОЛОРИСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ 116

Доканін Ю.Л.
ПІРАМІДАЛЬНІ НОВИННІ ТЕКСТИ ЯК СПОСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ 124
Дорофеєва М.С.
ПОСТНЕКЛАСИЧНИЙ ТИП НАУКОВОЇ РАЦІОНАЛЬНОСТІ У СИНЕРГЕТИЦІ ПЕРЕКЛАДУ 129
Єфименко В.А.
КРОС-МОДАЛЬНА КОГЕЗІЯ В КІНОФІЛЬМІ 137
Задоріжна Н.І.
ПРОСОДІЯ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ В КАЗКАХ ДЛЯ МОЛОДШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ 149
Зимовець Г.В.
ЗНАЧЕННЯ ЛОКАТИВНОГО КОМПОНЕНТА В ЕРГОНІМІЇ 157
Іщенко Т.В.
БІНАРНА ОПОЗИЦІЯ «СВІЙ – ЧУЖИЙ» У ДИСКРЕДИТИВНІЙ СТРАТЕГІЇ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ 165
Каленська А.С.
МОВНА ГРА У ДОСЛІДЖЕННЯХ ТУРЕЦЬКИХ ЛІНГВІСТІВ 170
Карабан А.В.
УЗУСНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКИХ ДЕРИВАТІВ ІЗ ДЕМІНУТИВНИМИ СУФІКСАМИ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ 175
Карабан В.І.
УЗУС ЯК БАР'ЄР У ПЕРЕКЛАДІ З РІДНОЇ МОВИ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ 181
Касяненко Д.С.
ЮРИДИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД: НІМЕЦЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ ВЕКТОР 188
Клименко Н.Ф.
МІЖМОВНА КОМУНІКАЦІЯ І ПРОЦЕСИ СЕМАНТИЧНОЇ ІНТЕРФЕРЕНЦІЇ В ДОБУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 193
Кліментова О.В.
ПЕРИФЕРІЙНА ЗОНА ХОРОНІМІВ-КОНЦЕПТІВ *УКРАЇНА, ФРАНЦІЯ* ТА *АНГЛІЯ*: КОНОТАТИВНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ) 199
Ковальчук І.В.
КОМПОЗИЦІЙНА СТРУКТУРА МАРКУВАННЯ ТОВАРУ 206
Кожуховська Ю.В.
МЕТА ЯК КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТУ «ПОДОРОЖ» У НОВОГРЕЦЬКІЙ ПОЕЗІЇ XX ТА XXI СТ. У ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ АСПЕКТІ 213
Комісаров К.Ю.
КАТЕГОРІЯ ГРАМАТИЧНОГО ЧАСУ У КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ ЯПОНСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ 218
Костюк М.М.
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ ОСВАЛЬДА ДЮКРО 226

Литовченко Д.
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АНТИМУСУЛЬМАНСЬКИХ СТЕРЕОТИПІВ У КАНАДСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ 232
Мазепова О.В.
КУЛЬТУРНА СХЕМА ŠEKASTENAFSI (САМОПРИНИЖЕННЯ) У СКЛАДІ ПЕРСЬКОЇ СИСТЕМИ ВВІЧЛИВОСТІ TA'ĀROF 241
Макаревич О.О.
СПЕЦИФІКА РЕАКТИВНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ АМЕРИКАНСЬКИХ ПІДЛІТКІВ У КОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ «INVITATION» (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО КІНОДИСКУРСУ) 249
Маркелова А.А.
ЕТНОСИМВОЛ «СОНЦЕ» В АНГЛОМОВНОМУ ПЕРЕКЛАДІ ПОЕЗІЇ ІВАНА ДРАЧА «ЧОРНИЙ ЕТЮД» 254
Материнська О.В.
МЕРОНІМІЯ В ДЗЕРКАЛІ РІЗНИХ ЛІНГВОКУЛЬТУР 259
Михайленко О.О.
НАУКОВО-ІСТОРИЧНА ЛІТЕРАТУРА У ПЕРЕКЛАДІ 268
Міщинська І.В.
СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО РІЗНОМАНІТТЯ МОВНИМИ ЗАСОБАМИ 277
Наєнко Г.М.
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТУ АГАТАНГЕЛА КРИМСЬКОГО В ПОЛЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ XX СТОЛІТТЯ 282
Нікітюк Т.В.
МОВНЕ ВИРАЖЕННЯ ДИРЕКТИВІВ СУЧАСНОЇ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ 289
Нікіфорова О.М.
КЛАСИФІКАЦІЯ ТЕКСТІВ У ВІЙСЬКОВОМУ ПЕРЕКЛАДІ 294
Ніколаєнко Л.І.
ЛЕКСИКОГРАФІЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ НАЗВ ЕМОЦІЙ ГРУПИ «СПІВЧУТТЯ» У СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВАХ 304
Павличко О.О.
СПЕЦИФІКА РЕАЛІЗАЦІЇ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ ПРЕСІ 311
Пишньоха О.А.
СПЕЦИФІКА ЕТНОКУЛЬТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ В ОПОВІДАННІ «СТІНИ КАРАВАН-САРАЮ» Ф.Н. ЧАМЛИБЕЛЯ 316
Полич Є.В.
ЛІНГВІСТИЧНА ЕКСПЕРТИЗА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЮРИСЛІНГВІСТИКИ 323
Попович Н.М.
ДАВНЬОГРЕЦЬКА БОГОСЛОВСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ IV СТОЛІТТЯ ТА ЇЇ ПЕРЕКЛАД 329
Сівков І.В.
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ МОНАРХІЇ В КОНСТИТУЦІЙНИХ ТЕКСТАХ КРАЇН АРАБСЬКОГО СВІТУ 333

Смущинська І.В., Голубець С.В.
ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ У ЗОНІ АТО НА СХОДІ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНІЙ ПРЕСІ 342
Спотар-Аяр Г.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПСЕВДОПЕРИФРАСТИЧНИХ ФОРМ 349
Стасюк О.С.
ЖАНРОВА СТРУКТУРА ПАРЛАМЕНТСЬКОГО ДИСКУРСУ ШВЕЦІЇ 354
Телешун К.О.
АФІКСАЛЬНИЙ СПОСІБ СЛОВОТВОРУ ЯК ПРОДУКТИВНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ ТОРГІВЛІ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ 359
Тепла О.М.
ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ НАЗВИ 366
Тищенко К.О.
ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ *БАТЬКІВЩИНА* В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ЗАРУБІЖНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ 371
Трищенко І.В.
СТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУЧАСНОЇ АНТИУТОПІЇ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ А. СМЕЙЛ «ДЗВОНИ») 379
Фокін С.Б.
ЗАСОБИ АВТОМАТИЗОВАНОГО ЗБАГАЧЕННЯ КОМП'ЮТЕРНОЇ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ПАМ'ЯТІ 384
Цар І.М.
НЕОФІЦІЙНІ УРБАНОНІМИ У МОЛОДІЖНОМУ МОВЛЕННІ М. КИЄВА 391
Цилюрик Т.В.
МІГРАЦІЙНА КРИЗА В СОЦІАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ТА НІМЕЧЧИНИ 397
Цурик А.С.
ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ В СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ .. 403
Чаюк Т.А.
КОНЦЕПТ PLAY ЯК ЦІННІСНИЙ ЕЛЕМЕНТ ДИТЯЧОЇ КАРТИНИ СВІТУ 410
Шубко В.В.
ЕПІСТЕМІЧНА Я-ПОЗИЦІЯ СУБ'ЄКТА У ДІАЛОГІЧНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ Д.Г. ЛОУРЕНСА 417
Ющенко І.О.
СУЧАСНИЙ СТАН ДОСЛІДЖЕНЬ У ГАЛУЗІ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ ПЕРСЬКОЇ МОВИ 423

CONTENT

Андреєва Т.М.
ANDREEVA T.M. UKRAINIAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A VERBAL-SUBSTANTIVAL TAUTOLOGICAL PAIR 19
Afanasieva O.M.
COMMUNICATIVE AND SEMANTIC MEANING OF A RITUAL IN THE SACRED / SECULAR PARADIGM (BASED ON THE ENGLISH LINGUISTIC CULTURE) 26
Belova A.D.
ICT, BRANDING AND ADVERTISING IN AIRLINES VIDEOS 36
Bilinsky D.Y.
THE ROLE ASYMMETRY IN THE PERSONAGES' SPEECH VIEWED THROUGH SPEECH GENRES THEORY (BASED ON BRITISH DRAMA OF THE 20TH CENTURY) 40
Borets A.M.
PECULIARITIES IN TRANSLATION OF FRENCH CRIMINAL CODE AS PARTICULAR GENRE OF ADMINISTRATIVE STYLE IN FRENCH LANGUAGE 46
Borysenko N.D.
EXPRESSIONS OF APOLOGY IN DISCOURSE OF BRITISH DRAMA: COMMUNICATIVE-PRAGMATIC ASPECT 52
Botsman A.V.
INDO-EUROPEAN AND COMMON GERMANIC ROOTS OF PRETERITE-PRESENT VERBS 57
Burbelo V.B.
GRAMMAR AND SEMANTICS OF INDENTITY IN FRENCH LINGUISTIC CULTURE 69
Vasyliuk O.
THE WORLD`S PRACTICE OF CORPORATE CULTURE IN UKRAINE: VERBAL COMPONENT 78
Volovyk O.P.
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STARBUCKS CORPORATE DISCOURSE IN DIFFERENT SOCIAL MEDIA 90
Davydiuk N.
TWEET AS ENDEMIC TECHNODISCOURSIVE GENRE OF TWITTER-DISCOURSE 98
Demyanenko N.B.
PHRASEOLOGICAL TRANSFORMATION IN POLISH, UKRAINIAN, AND RUSSIAN LANGUAGES 111
Dyka L.S.
SEMANTICAL ANALYSIS OF TURKISH PHRASEOLOGICAL UNITS WITH COLOR NAME COMPONENT 116

Dokanin Y.L.
PYRAMIDAL NEWS TEXTS AS A WAY FOR POPULARIZATION OF PUBLIC SERVICE ADVERTISING 124
Dorofeyeva M.S.
POSTNONCLASSICAL SCIENTIFIC RATIONALITY IN SYNERGETICS OF TRANSLATION 129
Yefymenko V.A.
CROSS-MODAL COHESION IN FILM 137
Zadorizhna N.I.
CHARACTER SPEECH PROSODY IN FAIRYTALES FOR PRESCHOOL CHILDREN 149
Zymovets G.V.
BUSINESS NAMES WITH LOCATIVE SEMANTICS 157
Ishchenko T.V.
A BINARY OPPOSITION «OWN – ALIEN» IN THE DISCREDITED STRATEGY OF POLITICAL DISCOURSE 165
Kalenska A.S.
LANGUAGE GAME IN THE STUDIES OF TURKISH LINGUISTS 170
Karaban A.V.
USAGE SPECIFICS OF TRANSLATING UKRAINIAN DERIVATIVES WITH DIMINUTIVE SUFFIXES INTO ENGLISH 175
Karaban V.I.
CUSTOMARY LANGUAGE USAGE AS A BARRIER IN TRANSLATING FROM A NATIVE LANGUAGE INTO A FOREIGN LANGUAGE 181
Kasianenko D.S.
LEGAL TRANSLATION: GERMAN-UKRAINIAN DIRECTION 188
Klymenko N.F.
INTERLANGUAGE COMMUNICATION AND PROCESSES OF SEMANTIC INTERFERENCE IN THE EPOCH OF GLOBALIZATION 193
Klimentova O.V.
THE PERIPHERAL ZONE OF CHORONYMS-CONCEPTS *UKRAINE, FRANCE* AND *ENGLAND*: THE CONNOTATIVE ASPECT (THE MATERIAL ASSOCIATIVE EXPERIMENT) 199
Kovalchuk I.V.
COMPOSITE STRUCTURES OF LABELING 206
Kozhukhovska I.V.
GOAL AS A COMPONENT OF THE JOURNEY CONCEPT IN MODERN GREEK POETRY OF XX AND XXI CENTURIES IN ASPECT OF CULTURAL LINGUISTICS 213
Komisarov K.
GRAMMATICAL CATEGORY OF TENSE IN THE CONTEXT OF LEARNING THE JAPANESE LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD 218
Kostiuk M.M.
LINGUOPRAGMATIC PECULIARITIES OF OSWALD DUCROT'S SCIENTIFIC DISCOURSE 226

Lytovchenko D.
PECULIARITIES OF ANTIMUSLIM STEREOTYPES APPLICATION IN THE CANADIAN MEDIA DISCOURCE 232
Mazepova O.
THE CULTURAL SCHEME OF ŠEKASTENAFSI (SELF-ABASEMENT) IN THE PERSIAN SYSTEM OF POLITENESS 241
Makarevych O.O.
AMERICAN TEENAGERS REACTIVE EXPRESSIONS' SPECIFICS IN COMMUNICATIVE SITUATION «INVITATION» (ON THE BASIS OF AMERICAN MOVIE DISCOURSE) 249
Markelova A.
ETHNIC SYMBOL «SUN» IN ENGLISH TRANSLATION OF THE POEM «BLACK ETUDE» BY IVAN DRACH 254
Materynska O.V.
MERONYMY IN DIFFERENT LINGUO-CULTURES 259
Mykhailenko O.O.
ACADEMIC HISTORY TEXTS IN UKRAINIAN AND ENGLISH TRANSLATIONS 268
Mischynska I.V.
SOCIOLINGUISTIC ASPECT OF PRESERVING CULTURAL DIVERSITY BY LANGUAGE MEANS 277
Naienko G.M.
COMMUNICATIVE-PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF AGATANGEL KRYMSKY'S TEXT IN POLEMICAL DISCOURS EARLY XX CENTURY 282
Nikityuk T.V.
LANGUAGE REALIZATIONS OF DIRECTIVE IN THE TURKISH LANGUAGE 289
Nikiforova O.
TEXTS CLASSIFICATION IN MILITARY TRANSLATION 294
Nikolayenko L.I.
THE LEXICOGRAPHIC TREATMENT OF SLAVONIC NAMES OF EMOTIONS OF THE «COMPASSION» GROUP 304
Pavlychko O.
SPECIFICS OF NEOLOGISMS IN MODERN GERMAN PRINTED MEDIA .. 311
Pyshnokha O.A.
SPECIFICS OF ETHNO-CULTURAL COMPONENTS IN THE NARRATIVE OF F.N. CHAMLYBEL THE WALS OF KARAVANSERAI 316
Polych Y.
LINGUISTIC EXPERTISE IN THE CONTEXT OF THE LEGAL LINGUISTICS 323
Popovych N.
THE 4TH CENTURY ANCIENT GREEK THEOLOGICAL TERMINOLOGY AND ITS TRANSLATION 329
Sivkov I.V.
VERBALIZATION OF THE CONCEPT OF CONSTITUTIONAL MONARCHY IN THE LEGISLATIVE TEXTS OF ARABIC STATES 333

Smushchynska I., Holubets S.
LEXICAL AND STYLISTIC PECULIARITIES OF THE COVERAGE OF THE EVENTS IN THE ZONE OF THE ANTI-TERRORIST OPERATION IN THE EASTERN UKRAINE IN THE INTERNATIONAL PRESS 342
Spotar-Ayar G.Y.
FUNCTIONING OF PSEUDOPERIPHRASTICAL FORMS OF VERBS 349
Stasiuk O.S.
GENRE STRUCTURE OF PARLIAMENTARY DISCOURSE OF SWEDEN ... 354
Teleshun K.O.
SUFFIXAL WAY OF TERM-FORMATION AS PRODUCTIVE WAY FOR CREATION OF TURKISH TERMS OF TRADE 359
Tepla O.M.
LINGUISTIC ASPECTS OF PROPER NAME CREATION 366
Tyschenko K.
THEORETICAL STUDIES OF THE CONCEPT OF HOMELAND IN UKRAINIAN AND FOREIGN LINGUISTICS 371
Tryshchenko I.V.
STYLISTIC CHARACTERISTICS OF MODERN DYSTOPIA (BASED ON THE NOVEL 'THE CHIMES' BY A. SMAILL) 379
Fokin S.B.
AUTOMATIC MEANS OF ENHANCING COMPUTER'S TRANSLATION MEMORY 384
Tsar I.M.
INFORMAL URBANONIMS IN KYIV YOUTH SPEECH 391
Tsyliuryk T.V.
MIGRATION CRISIS IN SOCIAL ADVERTISING OF GREAT BRITAIN AND GERMANY 397
Tsuryk A.
VERBAL MEANS OF INFLUENCE IN MODERN POLITICAL SPEECH 403
Chaiuk T.A.
THE CONCEPT PLAY AS A VALUE ELEMENT OF CHILDREN'S PICTURE OF THE WORLD 410
Shubko V.V.
EPISTEMIC STANCE IN ARTISTIC DIALOG DISCOURSE OF D.H. LAWRENCE 417
Yushchenko I.
CURRENT STATE OF RESEARCH ON TERM-BUILDING IN MODERN PERSIAN LANGUAGE 423

СОДЕРЖАНИЕ

Андреєва Т.М.
УКРАИНСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ГЛАГОЛЬНО-ИМЕННОЙ ТАВТОЛОГИЧЕСКОЙ ПАРОЙ 19
Афанасьева О.Н.
КОММУНИКАТИВНАЯ И СМЫСЛОВАЯ НАГРУЗКА РИТУАЛА В ПАРАДИГМЕ САКРАЛЬНОЕ / СЕКУЛЯРНОЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ) 26
Белова А.Д.
ИКТ, БРЕНДИНГ И РЕКЛАМА В ВИДЕОИНСТРУКЦИЯХ ВЕДУЩИХ АВИАКОМПАНИЙ МИРА 36
Билинский Д.Ю.
РОЛЕВАЯ АСИММЕТРИЯ ПЕРСОНАЖНОЙ РЕЧИ В ЗЕРКАЛЕ ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОЙ ДРАМЫ XX ВЕКА) 40
Борец А.М.
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА УГОЛОВНОГО КОДЕКСА ФРАНЦИИ КАК ОТДЕЛЬНОГО ЖАНРА АДМИНИСТРАТИВНОГО СТИЛЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА 46
Борисенко Н.Д.
ВЫСКАЗЫВАНИЯ ИЗВИНЕНИЯ В ДИСКУРСЕ БРИТАНСКОЙ ДРАМЫ: КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ 52
Боцман А.В.
ИНДОЕВРОПЕЙСКИЕ И ОБЩЕГЕРМАНСКИЕ КОРНИ ПРЕТЕРИТО-ПРЕЗЕНТНЫХ ГЛАГОЛОВ 57
Бурбело В.Б.
ГРАММАТИКА И СЕМАНТИКА ИДЕНТИЧНОСТИ ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ 69
Василюк О.В.
МИРОВАЯ ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В УКРАИНЕ: ВЕРБАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ 78
Воловик О.П.
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСА STARBUCKS В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ 90
Давидюк Н.А.
ТВИТ КАК ЭНДЕМИЧЕСКИЙ ТЕХНОДИСКУРСИВНЫЙ ЖАНР ТВИТТЕР-ДИСКУРСА 98
Демьяненко Н.Б.
ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПОЛЬСКОМ, УКРАИНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ 111
Дика Л.С.
СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТУРЕЦКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОЛОРИСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ 116

Доканин Ю.Л.
ПИРАМИДАЛЬНЫЕ НОВОСТНЫЕ ТЕКСТЫ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ 124
Дорофеева М.С.
ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКИЙ ТИП НАУЧНОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ В СИНЕРГЕТИКЕ ПЕРЕВОДА 129
Ефименко В.А.
КРОСС-МОДАЛЬНАЯ КОГЕЗИЯ В КИНОФИЛЬМЕ 137
Задорижная Н.И.
ПРОСОДИЯ ПЕРСОНАЖНОЙ РЕЧИ В СКАЗКАХ ДЛЯ МЛАДШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА 149
Зимовец Г.В.
ЗНАЧЕНИЕ ЛОКАТИВНОГО КОМПОНЕНТА В ЭРГОНИМИИ 157
Ищенко Т.В.
БИНАРНАЯ ОППОЗИЦИЯ «СВОЙ – ЧУЖОЙ» В ДИСКРЕДИТИРУЮЩЕЙ СТРАТЕГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА 165
Каленская А.С.
ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ТУРЕЦКИХ ЛИНГВИСТОВ 170
Карабан А.В.
УЗУСНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА УКРАИНСКИХ ДЕРИВАТОВ С ДИМИНУТИВНЫМИ СУФФИКСАМИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК 175
Карабан В.И.
УЗУС КАК БАРЬЕР В ПЕРЕВОДЕ С РОДНОГО НА ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК 181
Касяненко Д.С.
ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЕРЕВОД: НЕМЕЦКО-УКРАИНСКИЙ ВЕКТОР 188
Клименко Н.Ф.
МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРОЦЕССЫ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ 193
Климентова О.В.
ПЕРИФЕРИЙНАЯ ЗОНА ХОРОНИМОВ-КОНЦЕПТОВ *УКРАИНА, ФРАНЦИЯ* И *АНГЛИЯ:* КОННОТАТИВНЫЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА) 199
Ковальчук И.В.
КОМПОЗИЦИОННАЯ СТРУКТУРА МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ 206
Кожуховская Ю.В.
ЦЕЛЬ КАК КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТА «ПУТЕШЕСТВИЕ» В НОВОГРЕЧЕСКОЙ ПОЭЗИИ XX И XXI СТ. В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ 213
Комиссаров К.Ю.
КАТЕГОРИЯ ГРАММАТИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ В КОНТЕКСТЕ ИЗУЧЕНИЯ ЯПОНСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА 218
Костюк М.Н.
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНОГО ДИСКУРСА ОСВАЛЬДА ДЮКРО 226

Литовченко Д.
ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНТИМУСУЛЬМАНСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В КАНАДСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ 232
Мазепова Е.В.
КУЛЬТУРНАЯ СХЕМА ŠEKASTENAFSI (САМОУНИЧИЖЕНИЕ) В СОСТАВЕ ПЕРСИДСКОЙ СИСТЕМЫ ВЕЖЛИВОСТИ TA'ĀROF 241
Макаревич О.О.
СПЕЦИФИКА РЕАКТИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ В КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ «INVITATION» (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКОГО КИНОДИСКУРСА) 249
Маркелова А.А.
ЭТНОСИМВОЛ «СОЛНЦЕ» В АНГЛИЙСКОМ ПЕРЕВОДЕ ПОЭЗИИ ИВАНА ДРАЧА «ЧЕРНЫЙ ЭТЮД» 254
Материнская Е.В.
МЕРОНИМИЯ В ЗЕРКАЛЕ РАЗНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУР 259
Михайленко Е.А.
НАУЧНО-ИСТОРИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА В ПЕРЕВОДЕ 268
Мищинская И.В.
СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ ПРИ ПОМОЩИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ 277
Наенко Г.М.
КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТА АГАТАНГЕЛА КРЫМСКОГО В ПОЛЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НАЧАЛА XX ВЕКА 282
Никитюк Т.В.
ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ДИРЕКТИВОВ СОВРЕМЕННОГО ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА 289
Никифорова Е.Н.
КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕКСТОВ В ВОЕННОМ ПЕРЕВОДЕ 294
Николаенко Л.И.
ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ НАЗВАНИЙ ЭМОЦИЙ ГРУППЫ «СОЧУВСТВИЕ» В СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКАХ 304
Павличко О.А.
СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЕ 311
Пышнёха О.А.
СПЕЦИФИКА ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ В ПОВЕСТВОВАНИИ Ф.Н. ЧАМЛЫБЕЛЯ «СТЕНЫ КАРАВАН-САРАЯ» 316
Полыч Е.В.
ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЮРИСЛИНГВИСТИКИ 323
Попович Н.М.
ДРЕВНЕГРЕЧЕСКАЯ БОГОСЛОВСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ IV СТОЛЕТИЯ И ЕЁ ПЕРЕВОД 329

Сивков И.В.
ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА МОНАРХИИ В КОНСТИТУЦИОННЫХ ТЕКСТАХ СТРАН АРАБСКОГО МИРА 333
Смущинская И.В., Голубец С.В.
ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ СОБЫТИЙ В ЗОНЕ АТО НА ВОСТОКЕ УКРАИНЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРЕССЕ 342
Спотар-Аяр Г.Ю.
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПСЕВДОПЕРИФРАСТИЧЕСКИХ ФОРМ 349
Стасюк О.С.
ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ПАРЛАМЕНТСКОГО ДИСКУРСА ШВЕЦИИ .. 354
Телешун К.О.
АФФИКСАЛЬНЫЙ СПОСОБ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ КАК ПРОДУКТИВНЫЙ СПОСОБ ОБРАЗОВАНИЯ ТЕРМИНОВ ТОРГОВЛИ ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА 359
Теплая О.Н.
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ СОБСТВЕННОГО ИМЕНИ 366
Тищенко К.А.
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЦЕПТА РОДИНА В УКРАИНСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ 371
Трищенко И.В.
СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОВРЕМЕННОЙ АНТИУТОПИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А. СМЕЙЛ «КОЛОКОЛА») 379
Фокин С.Б.
СПОСОБЫ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ОБОГАЩЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ПАМЯТИ 384
Цар И.Н.
НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ УРБАНОНИМЫ В РЕЧИ МОЛОДЕЖИ Г. КИЕВА 391
Цилюрик Т.В.
МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ГЕРМАНИИ 397
Цурик А.С.
ВЕРБАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ВЛИЯНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ 403
Чаюк Т.А.
КОНЦЕПТ PLAY КАК ЦЕННОСТНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ДЕТСКОЙ КАРТИНЫ МИРА..... 410
Шубко В.В.
ЭПИСТЕМИЧЕСКАЯ Я-ПОЗИЦИЯ СУБЪЕКТА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ Д.Г. ЛОУРЕНСА 417
Ющенко И.А.
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ ПЕРСИДСКОГО ЯЗЫКА 423

УДК 811.161.2’373.6/7(477)(045)

Андреєва Т.М., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

УКРАЇНСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З ДІЄСЛІВНО-ІМЕННИКОВОЮ ТАВТОЛОГІЧНОЮ ПАРОЮ

У статті розглянуто специфіку тавтологічних фразеологізмів української мови, з’ясовано поняття тавтологічної пари, проаналізовано особливості структурної організації таких фразеологізмів з дієслівно-іменниковою тавтологічною парою, розглянуто семантику фразеологічних компонентів, лексичні відповідники яких належать до пасивної лексики або функціонують лише у складі відповідних фразем.

Ключові слова: *генетичний прототип, лексична одиниця, синонімічність, тавтологічний фразеологізм, тавтологічна пара, тавтологічний компонент.*

Фразеологізми, мовна природа яких формується процесами вторинного семіосизу, викликають постійну зацікавленість дослідників. Вони являють собою «універсальний банк даних», де утримується інформація про реальну дійсність того чи того етнічного хронотопу, про специфіку виникнення у свідомості сучасника цієї дійсності (він її творив, пізнавав та втілював у вербальних засобах) образів, що лягли в основу фразеологічної номінації [4, с. 36]. Цікавим об’єктом у цьому плані виступають тавтологічні фразеологізми. ***Тавтологічні фразеологізми*** – яскрава група у фразеосистемі української мови. Згадана яскравість пов’язана зі специфічним характером плану вираження цих одиниць. В їх основі лежить тавтологічний (грец. ταυτολογία – повторення, від ταυτό (τό αυτό) – те саме і λογος – слово) повтор, який передбачає наявність в одному фразеологізмі двічі вживаного того самого слова чи кількох (найчастіше – двох) спільнокореневих [2, с. 57 – 58]. Різнопланова проблематика, пов’язана з тавтологічними фразеологізмами, досліджувалася у низці праць. Так, в інших мовах вивчалися: поняття про фразеологічну тавтологію (А. Ломов), тавтологічні фразеологізми кхмерської мови (Ю. Сірівудх), тавтологічні словосполучення як самобутні російські фразеологізми (Г. Селіванова), тавтологічні фразеологізми у дитячому мовленні (Н. Броннікова), так звані тавтологічні стійкі словосполучення (Л. Костючук), фразеологізація синтаксичних зв’язків у стійких сполуках тавтологічного типу (Т. Крапотіна), тавтологічний спосіб структуротворення фразеологічних одиниць, типологічні серії тавтологічних утворень фразеологізованого характеру (А. Бушуй), семантико-синтаксичні властивості іменних тавтологічних фразеологізмів (В. Бурмако), тавтологічні фразеологізми у складі донської діалектної лексики, яка позначає та характеризує трудову діяльність (М. Захарова), структурно-семантичні особливості темпоральних тавтологічних фразеологічних одиниць (на матеріалі діалектних словників) (О. Попова), дієслівні тавтологічні фразеологізми у говорах Північного Прикам’я (К. Прокошева), фразеологічна тавтологія в давньоруській мові (А. Васильєв), стилістичне використання тавтологічних фразеологізмів

(С. Талишкіна), особливості тавтологічних фразеологізмів у російській обрядовій поезії (Ю. Фішков) та ін. Автор цієї статті розробляла проблематику тавтологічних фразеологізмів, зокрема такі питання, як тавтологічні фразеологізми в українській мові, структурна типологія тавтологічних фразеологізмів української мови, українські тавтологічні фразеологізми моделі «V + $N^{О.в.}$», образно-виражальна основа українських тавтологічних фразеологізмів. Однак у цій сфері залишається ще цілий комплекс проблем, що вимагають розгляду, тому ***актуальність*** пропонованої статті спричинена потребою виконання згаданих завдань. Отже, **мета** цієї статті – дослідити українські фразеологізми, тавтологічна пара в яких формується дієслівним та іменниковим компонентом, у плані структурної організації їхніх генетичних прототипів, а також розглянути семантичні особливості фразеологічних компонентів, лексичні відповідники яких перебувають у складі пасивної лексики або і взагалі відсутні в українському лексиконі. ***Об'єкт*** – українські фразеологічні одиниці з дієслівно-іменниковою тавтологічною парою.

Тавтологічні фразеологізми (далі – ТФ) виступають здебільшого як одиниці з двома повнозначними складниками (тавтологічними компонентами). Такі структури пропонуємо називати ***тавтологічні пари*** (далі – ТП) [3, с. 5].

Загалом, ТФ, де ТП формуються сполукою ***«V + N»***, – явище доволі поширене у підсистемі тавтологічних фразеологізмів. Високий рівень продуктивності демонструє модель ***«V + $N^{о.е.}$»***. Такі одиниці проаналізовані в одній з робіт автора [2]. Із деякими представниками цієї моделі аналізовані одиниці перебувають у зв'язках варіантності: **плавом пливти (попливти) // як, мов, ніби (***і т. ін.***) плав пливти (попливти)** – «1. Рухатися безперервним потоком (про людей). 2. Безперервно збільшуватися, надходячи у великій кількості» [9, с. 647]; **міряти однією міркою // міряти на одну мірку** – «Оцінювати, характеризувати і т. ін. різних людей однаково, без урахування індивідуальних особливостей» [9, с. 494]. У пропонованій статті приділено увагу іншим ТФ, генетичний прототип яких сформований на основі сполуки ***«V + N».*** Наявний матеріал дає підстави стверджувати, що серед аналізованих одиниць за характером граматичної організації генетичних прототипів виділяються ТФ-речення і ТФ-словосполучення. Розглянемо ці класифікаційні об'єднання.

<u>І. ТФ-речення.</u> У переважній більшості випадків такі фраземи являють собою прості речення. Їх можна поділити на три підгрупи:

1) ТФ-речення, що дорівнює предикативному центру: **хапун ухопив** [9, с. 921]; **трясця трусить** [9, с. 902]; **падь пала (напала)** [9, с. 603]; **лизь (лизень) зливе** [7, III, с. 592];

2) ТФ-речення, де предикативний центр поширений службовим словом. Тут наявні дві підгрупи: а) фразеологізми-компаративи: **як (мов, ніби** *і т. ін.***) лиз (лизень, лизь) злизав** [9, с. 422]; **як (мов, ніби** *і т. ін.***) хап ухопив** [9, с. 916]; б) фразеологізми-прокльони: **бодай рак урачив** [9, с. 730]; **щоб різачка попорізала** [9, с. 738]; **нехай (хай) лизень зливе** [9, с. 423]; Цікаво, що ТП **лизень злизав // лизень зливе** функціонує і серед компаративів, і серед прокльонів. До другої групи також можна зарахувати і ТФ, у якому, крім службових слів, функціонує займенник (одиниця умовно повнозначна): **щоб тебе (його, її** *і т. ін.***) писачка писала / списала** [9, с. 627].

Зробити це доцільно на тій підставі, що і граматично, і функціонально така одиниця демонструє тотожність загальним тенденціям, що діють усередині підгрупи; наявність займенника – це лише вияв особливості фіксації такої одиниці в лексикографічному джерелі. Застосовуючи метод моделювання, можна легко перетворити інші фраземи на ускладнені займенником: **щоб** *[тебе, його, її]* **різачка попорізала, нехай** *[тебе, його, її]* **лизень злиже** тощо;

3) ТФ-речення, поширене повнозначним словом: **свічки (сто свічок) в очах засвічуються / засвітилися (засвітилося)** [9, с. 788]. Наведена фразема ускладнена обставинним компонентом «в очах». Така структурна організація віддаляє ТФ від ядерної частини, де зосереджені в основному двокомпонентні утворення (вони дорівнюють ТП).

Виняток із наведеної класифікації – складні речення. Виявлено один випадок, у якому наявна конструкція, що являє собою комбінацію порівняльного сполучника та іменника в називному відмінку, що входить до ТП: **(як, мов, ніби** *і т. ін.* **) плав пливти** / **попливти** [9, с. 647]. Як відомо, суперечка про розмежування порівняльних зворотів і порівняльних підрядних предикативних частин досі остаточно не розв'язана, тому однотипні синтаксичні конструкції часто кваліфікують неоднаково. Насамперед мова йде про порівняння, що являють собою поєднання «порівняльного сполучника як з іменником у формі називного відмінка. Так, у реченнях типу *Сива паморозь блищала на землі, як сіль* (Г. Тютюнник) сполучення слів *як сіль*, на думку І. К. Кучеренка, варто кваліфікувати як неповне підрядне речення, оскільки пропущений присудок легко відновлюється; пор.: *Сива паморозь блищала на землі, як блищить сіль.* Проте, як зауважує науковець, таке повторення є зайвим дублюванням відомого: речення в таких випадках «стають громіздкими, переобтяженими словами, втрачають живість і влучну безпосередність» ... Н. П. Шаповалова кваліфікує такі конструкції як порівняльний зворот на тій підставі, що «граматична форма «відновлюваного» присудка не може бути точно встановленою» [6]. На наш погляд, наведена конструкція являє собою неповну підрядну предикативну частину, оскільки її легко можна трансформувати у повну: *пливти, як пливе плав*.

II. ТФ-словосполучення. Найпоширеніші тут безприйменникові структури із залежним компонентом у формі знахідного відмінка: **бити відбій** [9, с. 24]; **грати гру** [9, с. 75]; **вік вікувати / звікувати** [9, с. 129]; **морочити памороки** [9, с. 509]; **химороду химородити** [9, с. 925]; **пришити пришву (пришви)** [9, с. 702]; **розводити / розвести розводи** [9, с. 745]; **службу служити** [9, с. 830];

Одиниці такого типу можуть ускладнюватися: а) службовим словом: **хоч (***заст.* **хоть) гать гати** [9, с. 170]; б) повнозначним словом (тобто перетворюватися на складене словосполучення): **круто заміс місити** [9, с. 495].

Прийменникові структури являють собою утворення із:

а) службовим компонентом ***у(в)***. Тут залежний компонент має форму орудного відмінка: **дзвонити (видзвонювати) в усі дзвони** [9, с. 234]; **як (мов, ніби** *і т. ін.***) у дзвони дзвонити** [9, с. 234]; **як у забій бити / забити** [9, с. 26]. І лише у фраземі **бувати (бути) / побувати у бувальцях** [9, с. 60] залежний компонент стоїть у місцевому відмінку;

б) службовим компонентом ***під:*** **вимітати / вимести під мітлу** [9, с. 95];

в) службовим компонентом ***на***: **міряти на одну мірку** [9, с. 494].

У низці аналізованих одиниць використовуються фразеологічні компоненти, які функціонують лише у межах цих фразем, або лексичні відповідники яких перебувають у складі пасивної лексики:

- **хапун ухопив** *кого* – «Хто-небудь швидко, несподівано зник і не з'являється» [9, с. 921]. Слово *хапу́н* має два значення. Це – «людина, яка бере хабарі; хабарник» і «той, хто викрадає (викрав) кого-, що-небудь; викрадач» [7, XI, с. 23]. Отже, тут актуалізується значення «викрадач».
- **трясця трусить** кого – «Хто-небудь перебуває у стані переляку, сильного хвилювання, тривоги і т. ін.» [9, с. 902]. Лексема *тря́сця* виступає носієм цілого спектра значень: а) «хворобливий стан, при якому людину морозить, кидає то в жар, то в холод; лихоманка»; б) «інфекційне захворювання, при якому періодично то підвищується, то знижується температура, і людину дуже морозить; малярія»; в) взагалі сильне тремтіння (від холоду, страху, нервового потрясіння, нетерплячки тощо)»; також воно використовується як лайливе слово або має значення «нічого» [7, XX, с. 307]. В аналізованій фраземі компонент «трясця» актуалізує значення «сильне тремтіння, дрож».
- **падь пала (напала)** – «1. Випали у великій кількості (перев. опади). 2. *на кого.* У кого-небудь певний, перев. поганий, настрій» [9, с. 603]. У лексичній системі української мови є два омоніми: *падь* – «чітко окреслена, глибока, неширока долина, яр чи річище, зазвичай порослі лісом» і *падь* – «солодка липка рідина на листях рослин – продукт життєдіяльності комах, що на них живуть» [7, VI, с. 14]. У генетичному прототипі аналізованої фраземи вживається другий омонім.
- **як (мов, ніби** *і т. ін.***) лиз (лизень, лизь) злизав**, *жарт.* – «1. *кого*. Хто-небудь швидко, непомітно, безслідно і т. ін. зник. 2. *що*. Що-небудь безслідно зникло, перестало існувати, пройшло і т. ін.» [9, с. 422]; **лизь (лизень) злиже** *кого, лайл.* – «Пропаде, зникне хто-небудь» [7, III, с. 592] **нехай (хай) лизень злиже** *кого, що, лайл.* – «Уживається для вираження незадоволення ким-, чим-небудь, зневаги до когось, недоброго побажання комусь» [9, с. 423]. Словом *лизень* називається язик великої рогатої худоби [7, IV, с. 484]. Отже, як і у випадку з попередньою фраземою, аналізований фразеологічний компонент втілює екзистенціальний досвід соціуму.
- **щоб різачка попорізала** – «Уживається як лайка з побажанням чого-небудь лихого, недоброго» [9, с. 738]. Лексичну одиницю *різачка* словник подає зі значеннями: а) «ріжучий біль у животі» та б) «кривавий понос» [7, VIII, с. 563]. Обидва значення цього слова беруть участь у формуванні загальної семантики фразеологічної одиниці.
- **як у забій бити / забити** – «Не припинятися, не переставати» [9, с. 26]. Лексема *забі́й* має кілька значень: це загальновживане «забивання, умертвіння тварин з промисловою метою», рідковживане «удар, поштовх», діалектні «вибоїна» і «замет, кучугура». Водночас вона виступає абсолютним синонімом до слова *вибій* [7, III, с. 22], що вживається у гірничій справі зі значенням «кінець гірничого виробітку, місце роботи шахтаря, яке постійно пересувається» [7, I, с. 352]. Отже, фразеологічний компонент *забій* виконує функцію засобу посилення компонента *бити*.

- **бувати (бути) / побувати у бувальцях** – «1. Багато бачити, зазнавати у житті. 2. Мати непривабливий вигляд, довго чи інтенсивно використовуватися; бути не новим» [9, с. 60]. Також існує варіант із дієприкметником: **бувалий (побувалий) у бувальцях** [9, с. 60]. Лексичний відповідник фразеологічного компонента *бува́лець* має значення «людина з великим життєвим досвідом, яка багато бачила, зазнала у своєму житті» [7, I, с. 245]. Друге значення аналізованої фраземи розвинулося метафорично.
- **круто заміс місити** – «Суворо, жорстоко діяти; вживати рішучих заходів» [9, с. 495]. Мовна одиниця *замі́с* виступає абсолютним синонімом до слова *замішування* (утворене від *замішувати* – «ретельно розминати що-небудь сипке з водою або якоюсь іншою рідиною до утворення однорідної в'язкої маси; місити» [7, III, с. 214]), а також має значення «маса, утворювана при замішуванні чого-небудь» та «місце, де замішують глину» [7, III, с. 212]. Іменниковий компонент здійснює підсилення дієслова *місити*.
- **хоч (***заст.* **хоть) гать гати** – «Дуже багато, велика кількість кого-, чого-небудь» [9, с. 170]. Лексема *гать* виступає абсолютним синонімом до слова *гатка* («**н**астил з дерева, хмизу і т. ін. для проїзду через болото»), а також до слова *гребля* [7, II, с. 41], яка називає «гідротехнічну споруду, що перегороджує річку або інший водотік для створення водосховищ, одержання енергії тощо» [7, II, с. 163].
- **розводити / розвести розводи** *з ким* – «Бути надто несміливим, не виявляти належної рішучості, наполегливості в чому-небудь» [9, с. 745]. Слово *розводи* має значення «візерунчастий малюнок; візерунки» [7, VIII, с. 637].
- **морочити памороки** – «Розмірковувати, роздумувати над чим-небудь, намагаючись розібратися в чомусь, з'ясувати, зрозуміти щось» [9, с. 509]. Лексична одиниця *па́морока* в діалектному мовленні позначає поняття «туман, імла»; у розмовному воно вживається в переносному значенні, позначаючи «нездатність правильно судити про що-небудь; нерозуміння того, що відбувається» [7, VI, с. 36]. Крім згаданої фраземи, компонент *па́морока* функціонує в низці фразеологізмів, що засвідчує його фразеопродуктивність і внутрішній потенціал: **втратити памороки**, **із памороків витрусити**, **памороки забивати (забити)** кому і без додатка, **памороки забило (одбило, відібрало** і т. ін.**)** кому, в кого, **памороки загубити** [7, VI, с. 36].
- **(як, мов, ніби** *і т. ін.***) плав пливти** / **попливти** – «1. Рухатися безперервним потоком (про людей). 2. Безперервно збільшуватися, надходячи у великій кількості» [9, с. 647]. **За словом *плав* в лексичній системі української мови закріплено ряд значень** [7, VI, с. 554]. Актуальним для формування фразеологічної семантики аналізованої фраземи виступає «сміття, різні предмети, що пливуть по річці суцільним потоком (звичайно під час повені)» [7, VI, с. 554] та абсолютна синонімічність згаданого фразеологічного компонента до лексеми *потік* – «велика кількість, маса кого-, чого-небудь, що рухається в одному напрямі» [7, VII, с. 409].
- **пришити пришву (пришви)** *до чого* – «Доповнити сказане кимсь, втрутитися в чужу розмову» [9, с. 702]. *Пришва* (у множині *пришви*) являє собою нижню частину чобота, яка прикриває ступню [7, VIII, с. 102].
- **химороду химородити**, *заст.* – «Виявляти незадоволення, вередувати» [9, с. 925]. Одним із лексичних значень слова ***хи́морода*** є «дивацтво, вигадка», а також

(переважно у формі множини) – абсолюна синонімічність до слова «чаклунство» [7, XI, с. 59]. Фразеологічний компонент ***хи́морода*** також функціонує у фраземі **химороди гнати** – «1. Химерити. 2. Чаклувати». [7, XI, с. 59].

- **бодай рак урачив** *кого, жарт.* – «Уживається для вираження недоброго побажання кому-небудь» [9, с. 730]. У Словнику Грінченка дієслово *урачити* подається як жартівливе, яке означає «ущипнути (про рака)» [8, IV, с. 350].
- **щоб тебе (його, її** *і т. ін*.**) писачка писала / списала** – «Уживається для вираження незадоволення, гніву і т. ін., висловлених при згадуванні про писання» [9, с. 627]. Словник Грінченка фіксує слово *писачка* у двох значеннях. Це – «зменшене від *писака*» та «загострена паличка для розписування підошви візерунками» [8, III, с. 153].
- **вік вікувати / звікувати** – «1. *де.* Жити де-небудь усе життя. 2. *ким.* Бути, працювати ким-небудь до старості» [9, с. 129]. Серед значень дієслова ***вікувати*** актуальними для формування семантики аналізованого ТФ виступають «проживати свій вік; жити» та «довго перебувати, жити де-небудь» [7, I, с. 672].
- **бити відбій** – «Сповіщати ударами, дзвоном і т. ін. про закінчення чого-небудь» [9, с. 24]. За іменником ***відбі́й*** у лексикографічній практиці закріплене значення «звуковий сигнал (переважно військовий), що означає закінчення яких-небудь дій або занять», також воно «вживається як команда для припинення якої-небудь дії (має значення вигуку)» [7, I, с. 557]
- **як (мов, ніби** *і т. ін*.**) хап ухопив** кого – «Хто-небудь зник раптово і безслідно» [9, с. 916]. Розмовний вигук *хап* використовується у функції присудка зі значенням *хапати* («Швидко, поривчасто брати, схоплювати, підхоплювати кого-, що-небудь»). Омонімічна одиниця *хап* являє собою фразеологічний компонент, що не має лексичного відповідника у лексиконі і функціонує лише в межах відповідного ТФ [7, XI, с. 19].

Дослідники констатують, що знання лексичного значення архаїчного фразеологічного компонента дає змогу реконструювати внутрішню форму такої фраземи, уможливлює краще осягнення шляху, пройденого до «створення образу, на основі якого відбулося переосмислення генетичного прототипу фразеологізму у стійку відтворювану мовну одиницю, зазирнути через нього до неозорого світу національної культури, ознайомитися з фрагментами етнічної картини світу, поданої відповідними мовними засобами, здійснити розгортання фразеологічної “згортки”. Звернення до семантики архаїчних компонентів фразем допомагає глибше зрозуміти значення фразеологічної одиниці, створює передумови для його “близькості” до носія мови, “впізнаваності” ним, робить “зручним” процес запам’ятовування такої одиниці, що сприятиме її нормативному використанню у дискурсивній практиці» [5].

Отже, генетичні прототипи фразеологізмів української мови, тавтологічні пари яких формуються сполукою «***V + N***», у плані структурної організації поділяються на речення і словосполучення. ТФ-речення можуть дорівнювати предикативному центру, а також, крім предикативного центру, генетичний прототип може мати у своєму складі службове чи повнозначне слово. Найпоширенішим різновидом ТФ-словосполучення виступають безприйменникові структури із залежним компонентом у формі знахідного відмінка. Низка ТФ містить у своєму складі фразеологічні компоненти, що функціонують лише у межах цих фразем, або лексичні відповідники

яких входять до пасивної лексики. Водночас можна констатувати, що у сфері тавтологічних фразеологізмів є низка ще не розв'язаних питань. Зокрема, поглибленого аналізу потребують структурні типи «N + N», «Adj + N», «Adv + Adv», «Pron + Pron», «Num + Num». Нез'ясованою залишається також ономасіологічна систематизація тавтологічних фразеологізмів. Не досліджено також семантичну специфіку фразеологічних компонентів у багатьох одиницях інших структурних типів. Усі ці питання складають безумовну наукову перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Андреєва Т.* Структурна типологія тавтологічних фразеологізмів української мови / Т. Андрєєва // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8: Філологічні науки (мовознавство) : збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 4. – С. 21–27. 2. *Андреєва Т.М.* Українські тавтологічні фразеологізми моделі «V + N$^{О.В.}$ / Т.М. Андреєва // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – Вип. 47. – С. 55–66. 3. *Андреєва Т.М.* Тавтологічні фразеологізми в українській мові / Т.М. Андреєва // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – Вип. 43(1). – С. 3–9. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_43(1)__3. 4. *Васильченко В.М.* Народна фразеологія як матеріал для українознавчих (етнолінгвістичних) студій / В.М. Васильченко // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 10. Проблеми граматики і лексикології української мови: збірник наукових праць. 2009. – Випуск 5. – С. 34–39. 5. *Васильченко В.* Етнокультурна семантика архаїчних компонентів фразеологічних одиниць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://linguistics.kspu.edu/webfm_send/1391. 6. *Прокопчук Л.* Порівняльні звороти в системі компонентів формально-синтаксичної структури простого речення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.info-library.com.ua/books-text-10682.html. 7. *Словник української мови в 11-ти томах* [Електронний ресурс]. / Уклад. В. Винник, В. Градова [та ін.]. – Режим доступу: http://sum.in.ua/ – Назва з екрана. 8. *Словарь української мови*. Зібрала ред. журн. "Киевская старина". Упорядкував з додатком власного матеріалу Борис Грінченко. Т. 1–4. – К.: Наукова думка, 1996-1997. 9. *Фразеологічний словник української мови* / Уклад. В. Білоноженко [та ін.]. – К. : Наукова думка, 1993. – 980 с.

Стаття надійшла до редакції 17.10.16

Андреева Т.М., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

УКРАИНСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ГЛАГОЛЬНО-ИМЕННОЙ ТАВТОЛОГИЧЕСКОЙ ПАРОЙ

В статье раскрыта специфика тавтологических фразеологизмов украинского языка, описано понятие тавтологической пары, проанализированы структурные особенности таких фразеологизмов с глагольно-именной тавтологической парой, рассмотрена семантика фразеологических компонентов, лексические эквиваленты которых относятся к пассивной лексике или функционируют только в составе соответствующих фразем.

Ключевые слова: *генетический прототип, лексическая единица, синонимичность, тавтологический фразеологизм, тавтологическая пара, тавтологический компонент.*

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

UKRAINIAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A VERBAL-SUBSTANTIVAL TAUTOLOGICAL PAIR

The author examines the specifics of tautological phraseological units in the Ukrainian language in this article, clarifies the concept of the tautological pair, analyzes features of structural organization of such phraseologisms with verbal-substantival tautological pair, reviews semantics of the phraseological components, with the lexical equivalents belong to passive lexis or function only as members of the relevant phrases.

Key words: *genetic prototype, lexical unit, synonymy, tautological phraseologism, tautological pair, tautological component.*

УДК 81’37 : 2-13=111

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

КОМУНІКАТИВНЕ І СМИСЛОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ РИТУАЛУ В ПАРАДИГМІ *САКРАЛЬНЕ / СЕКУЛЯРНЕ* (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ)

Статтю присвячено визначенню основних смислових компонентів понятійного поля «сакральне» та лінгвокомунікативних особливостей його передачі в ритуалізованих формах спілкування на основі критичного аналізу сучасних досліджень релігії, ритуалу та сакральності в суспільних науках та на матеріалі англомовної лінгвокультури.

Ключові слова: *ритуал, релігія, сакральне, секуляризація, англомовна лінгвокультура.*

Сучасні дослідники доходять висновку про особливу роль ритуалу в житті та розвитку суспільства, як у давні часи, так і в сучасну добу. Так, К. Белл пише, що ритуал є тим «вікном» у динаміці культур, завдяки якому люди створюють і сприймають світ [7, с. 3]. Ритуал як явище і як процес (ритуалізація) в історії людства та цивілізаційного розвитку нерозривно пов’язаний із культово-релігійними практиками. Дослідники релігії сходяться в думці про те, що релігія неможлива без ритуалу, а основним первинним середовищем існування ритуалу була релігія. Водночас, починаючи із засадничих для теорії ритуалу досліджень Еміля Дюркгейма, який диференціював релігійні та світські сфери функціонування ритуалу [3, с. 37], починається вивчення соціальних та комунікативних функцій ритуалу в нерелігійних практиках. Проте з кінця XIX ст. і до нашого часу продовжується активна дискусія щодо розмежування, з одного боку, і взаємодії, з іншого, сакрального і світського в сучасних суспільствах (Е. Дюркгейм, А. ван Геннеп, В. Робертсон-Сміт та ін.), про сутність самого поняття релігії (Р. Отто, В. Джеймс, М. Спіро, К. Гірц, П. Буайє та

ін.), про секуляризацію як наукове поняття та як важливе суспільне явище (П. Норріс, Р. Інглехарт, Х. Казанова, Д. Кокс, Ф. Хемонд, Д. Мартін та ін.), про соціокультурну і комунікативну роль і сутність ритуалу (Б. Малиновський, К. Белл, Е. Ліч, Е. Гофф-ман, Ф. Ларделье, В. Тернер, Р. Коллінз, Д. Кадар, А.К. Байбурін, І. Костер та ін.). Ці ***актуальні*** питання висвітлюються і в нашому дослідженні, адже для визначення прагматичних, лінгвокультурних, семіотичних характеристик ритуалізованих форм комунікації необхідно виокремити та описати сутнісні ознаки ритуалу, які виявляються як у релігійних, так і світських практиках.

Об'єктом цієї розвідки є понятійне поле сакрального / секулярного в лінгвокультурному аспекті, а її ***предметом*** – семантичні та лінгвокомунікативні особливості вираження та трансляції сакральності в ритуальній взаємодії. Її ***наукова новизна*** полягає в тому, що у нашому дослідженні ми спираємося на гіпотезу про те, що однією з визначальних рис ритуалу у лінгвокомунікативному аспекті є формування і транслювання повідомлень, які входять до смислового поля «сакральне», незалежно від сфери функціонування комунікативного ритуалу – релігійної чи світської. Виходячи з цього, основною ***метою*** цієї наукової розвідки є критичний огляд співвідношення понять сакральне / секулярне в семантичному аспекті та наведення аргументів на підтримку даної гіпотези, що вимагає аналізу понять «релігія», «сакральне», «секулярне» («профанне») у міждисциплінарній перспективі, а також сутності явищ сакралізації та секуляризації у сучасних суспільствах, передусім англомовних, у соціокомунікативному аспекті.

Зіставлення та аналіз специфіки релігійної та світської сфер життя суспільства та їх взаємодії набуло особливої значущості в сучасну добу з огляду на динамічні глобалізаційні процеси, соціальні та політичні потрясіння XX ст., активні міграційні процеси, явище мультикультуралізму тощо. Взаємодію та трансформації релігійних та світських ритуалів, появу нових ритуалів та нових форматів ритуальної взаємодії пов'язано з динамічними процесами секуляризації, виникненням нових релігій та вірувань, новітніми технологіями. Так, у розвитку сучасного суспільства яскраво виявляються процеси секуляризації, а саме зменшення впливу і значення релігії в житті суспільства. Проте ці процеси не є односпрямованими і лінійними, а багатовекторними і складними, як зазначає Ф. Хеммонд [22, с. 1-2], а думки щодо сутності і причин цього явища значно різняться. За Л. Шайнером, існує шість типів концепцій секуляризації: 1) секуляризація як занепад релігії (Б. Вільсон); 2) зміни в самих релігійних групах та інститутах, в яких на зміну орієнтації на «інший світ» приходить орієнтація на «цей світ», а на зміну традиційній етиці приходить прагматична етика (М. Вебер, Г. Пфаутц, П. Бергер, та ін.); 3) секуляризація розуміється як наслідок зростаючої структурної диференціації суспільства та відділення релігії як соціального інституту від інших соціальних інститутів, таких як освіта, сім'я, політика, право, мораль, економіка та від суспільства в цілому, стає особистою справою людини (Т. Парсонс, Р. Белла, Т.Лукман та ін.); 4) заміна традиційної релігії її «функціональними еквівалентами» і «релігійними сурогатами» типу марксизму, націоналізму, атеїзму, раціоналізму, тобто поява сурогатної релігійності; 5) секуляризація – це процес «десакралізації» світу (Д. Фрезер, М. Вебер); 6) зсув

від «священного» суспільства до «світського» (Г. Беккер) [5, с. 405 – 406]. Отже, основними тенденціями є диференціація, раціоналізація і орієнтація на «цей» світ, а секуляризація є пошуком шляхів «робити краще», одним із основних серед яких традиційно була релігія, зокрема поняття «сакрального». Таким чином, віра у бога заміщується вірою в науку, освіту тощо, сфера сакрального переходить межі власне релігії [23, с. 17, 22]. У цілому сучасні суспільства переживають складні процеси десакралізації, ресакралізації, зміни теологічних позицій, етичних норм, включення нових способів вираження релігійності та експериментів з новими стилями життя. Найочевиднішим прикладом взаємопроникнення релігійної і світської сфер може слугувати обов'язковий релігійний компонент у політичних виступах американських очільників, які завершують свої виступи формулою: «*God bless you !*».

Учені зосередили свою увагу на аналізі доступних для спостереження соціальних структур, розбудові часу та простору, символах і поведінці у релігійній сфері (так званий *есенціалістський* підхід до вивчення релігії); на вивченні універсальних рис релігії через живий досвід та сприйняття людей релігії і сакрального (*феноменологічний* підхід); на дослідженні соціокультурного виміру релігії, її інтегрувальної функції в рамках людської спільноти, виходячи з постановки цієї проблеми у працях засновника *функціонального* напрямку Е. Дюркгейма [8, с. 128-129]. Як соціокультурне явище релігія включає багато сфер та здійснює відповідні соціокомунікативні функції. Так, один із найвідоміших представників феноменологічного підходу до вивчення релігії Н. Смарт виділив такі основні елементи релігії, які складають її «анатомію»: доктринальний або філософський, ритуальний, міфологічний і наративний, експерієнсний та емоційний, етичний та правовий, соціальний, матеріальний, політичний [16].

Водночас сучасні дослідники доходять висновку про надзвичайну складність визначення такого багатомірного явища як релігія. Так, Р. Хортон виділяє три підходи до визначення релігії у британській антропології: (1) термін «релігія» не отримує чіткого визначення та меж застосування; (2) поняття релігії відсилає до класу метафоричних тверджень та дій, які опосередковано позначають соціальні відносини та вимоги до соціального статусу; (3) цей термін стосується сфери взаємодії з особливим класом об'єктів, тобто «релігія – це віра в духів», або «релігія – це віра у надприродне» [11, с. 201].

У цьому сенсі цікавим є походження терміну «релігія» та його семантичний розвиток у європейському культурному просторі. У багатьох мовах в історичній перспективі немає слів, які б кореспондували з поняттям релігії. Багато з них пізніше запозичили цей термін із західної культури. У європейському контексті слово «religion» (*religio*), як зазначає В. Сміт, у ранніх латинських текстах переважно пов'язувалося зі специфічними культовими ритуалами та побожністю, і навіть у добу Реформації *religio* та його похідні в європейських вульгатах також позначали благочестя, поклоніння, богослужіння. Позначення цим терміном системи ідей та вірувань почалося в добу Просвітництва [18, с. 40].

Існує навіть думка, що надати таке визначення неможливо з огляду на розмаїття вірувань і культів та надзвичайну складність виділення універсальних рис для всіх них, а також різні наукові підходи до вивчення цього явища. Так, Д. Сміт пише, що

термін «релігія» створено науковцями для дослідницьких цілей, і вважає його родовим терміном другого порядку, який вживається для встановлення дисциплінарних горизонтів так само, як і терміни «мова» в лінгвістиці чи «культура» в антропології [17, с. 281-282]. Як визначення, так і дослідження релігії значною мірою зумовлено власне західною культурною і науковою традицією, які передусім спираються на моделі найвідоміших монотеїстичних релігій, зокрема християнства як свого роду «прототипу» релігії. З огляду на це Б. Сейлер зауважує, що релігія є західною фольклорною категорією, яка все ж є корисною для вивчення інших культур [15, с. VII-XVIII]. Виходячи з аналізу різних підходів до визначення релігії, Е.М. Маккінон навіть доходить висновку, що немає сутності релігії поза дискурсом про релігію, немає релігії *per se*, *pour soi*, чи *an sich* [13, с. 81].

Водночас аналіз визначень та потрактувань релігії істориками, феноменологами, соціологами релігії, антропологами, психологами-когнітивістами, культурологами дозволяє окреслити, принаймні в загальних рисах, понятійне поле релігії як культурного, суспільного явища, особливості її виокремлення з-поміж інших галузей життєдіяльності суспільства, з одного боку, а з іншого – взаємодії з ними. Так, у кластерному представленні, як його формулює Р. Андервуд, виходячи з праць В. Елстона, релігія має дев'ять основних характеристик: 1) віру у надприродних істот (богів), 2) розрізнення сакральних і профанних об'єктів, 3) ритуальні акти, сфокусовані на сакральних об'єктах, 4) моральний код, який вважається санкціонованим богами, 5) специфічні релігійні почуття, 6) молитву та інші форми комунікації з богами, 7) світобачення або загальну картину світу як цілого і місце там індивіда, 8) більш чи менш цілісну організацію життя індивіда, засновану на цьому світобаченні, 9) соціальну групу, об'єднану вищезазначеним [24, с. 17]. У свою чергу, один із найвідоміших представників функціонального підходу К. Гірц визначає релігію як «(1) систему символів, яка сприяє (2) виникненню у людей сильних, всеохопних і стійких настроїв та мотивацій, (3) формуючи уявлення про загальний порядок буття і (4) надаючи цим уявленням ореол дійсності таким чином, що (5) ці настрої і мотивації здаються єдино реальними» [1, с. 108]. За М. Спіро, релігія – це «інституція, яка утворюється культурно шаблонізованою інтеракцією з культурно постульованими надлюдськими істотами» [21, с. 98].

А К. Алкорта та Р. Сосіс розглядають феномен релігії з погляду когнітивної психології як важливу й унікальну людську адаптативну систему, яка визначається чотирма повторюваними рисами: системою вірувань, яка включає надприродних агентів та алогічні концепти, спільним ритуалом, розділенням священного і секулярного та особливою роллю підлітковості – привілейованого для передачі цієї системи періоду розвитку особи [6, с. 348]. Хоча специфічне вираження кожної цієї риси варіюється в різних культурах у соціоекологічно зумовлений спосіб, система вірувань і ритуал всіх релігій мають спільні структурні елементи, які максимізують засвоєння, передачу і афективне залучення учасників релігійно-ритуального дійства [6, с. 348 – 349]. Деякі дослідники вважають, що релігійна галузь є галуззю особливих почуттів та дій, які викликано релігійними об'єктами (Р. Отто, Р. Маретт).

У цілому, узагальнюючи погляди на сутність релігії та ритуалу в новітніх напрацюваннях учених антропологів, психологів, когнітивістів, можна виділити такі тези:

- релігія є адаптативною системою і навіть розглядається як побічний продукт когнітивної адаптації, обраної для «більш світських» функцій виживання [6, с. 324];
- її розвиток зумовлено адаптивно-екологічною функцією відбору для доступу та використання природних ресурсів;
- релігія в ході еволюції інституціоналізується, спираючись на фіксовану доктрину, догму (див., зокрема аналіз цих процесів у [Boyer 2001]).

Водночас у сучасній науці значну увагу приділено взаємозв'язку сакрального і секулярного, їх взаємоперехідності. Так, В. Джеймс писав про те, що релігійні почуття бувають різними: існує релігійний страх, релігійна любов, релігійна радість, але все це – природні людські почуття [12, с. 25]. Розглядаючи релігію як розширення поля соціальних відносин за межі чисто людського суспільства, де людські істоти бачать себе у залежній позиції від нелюдських, Р. Хортон доходить висновку, що немає ніяких особливих «надознак», які відрізняють релігійні відносини від світських, проте різниця між ними залежить від типу культури [11, с. 211].

Таким чином, релігійна галузь, тісно переплітаючись і взаємодіючи зі світською, включає епістемічну, соціокультурну, психокогнітивну, екологічну, економічну, комунікативну, семіотичну і власне лінгвальну складові, де визначальна роль належить *сакральному* як культурно-понятійному ядру цієї сфери та спеціальним практикам надання та комунікації сакральності, організованим як *ритуал*.

Поняття сакрального, починаючи з праць Е. Дюркгейма, вважається осердям релігії, а його дослідження привернуло неабияку увагу учених із різних галузей науки. Сакральність виступає як особлива *властивість*, якою наділяються деякі об'єкти, істоти, місця, часові проміжки. Ця властивість випливає з певних епістемічних настанов та системи релігійних уявлень про світ і реалізується в установчо-комунікативному форматі ритуалу. Так, сакральне слугує центральним елементом глибинної онтологічної категоризації у термінах *хаосу / космосу*, стаючи у процесі ієрофанії засобом надання смислу та упорядкування світобудови (див. праці М. Еліаде, В. Топорова). Ця властивість виявляється у протиставленні з профанним, повсякденним і включає низку понятійних компонентів, які, у свою чергу, утворюють опозиційні структури та слугують засобами категоризації картини світу. До них слід віднести передусім такі:

- трансцендентність, трансгресивність / обмеження, заборона (табу);
- непізнаваність / пізнаваність;
- неверифікованість / верифікованість;
- встановлення, упорядкування, інституція, легітимація / невстановлене, неінституціоналізоване, нелегітимне;
- енергія, сила, всемогутність / їх обмеженість або відсутність;
- цінність, вартісність / нецінність, невартісність;
- позачасовість, стабільність, традиційність / часові обмеження, плинність, змінюваність;
- всепросторовість, надпросторовість / конкретна локалізація;

- руйнація, смерть / творення, народження;
- тілесне / духовне;
- чисте (безпечне, надійне, належне) / нечисте (небезпечне, ненадійне, неналежне);
- верховне, владне, безмежне / нижнє, підкорене, обмежене.

Таким чином, релігійна сфера утворює особливу реальність, побудовану на основі категорій трансцендентності і трансгресивності та «omni»-категорій всезнання, всеприсутності, всемогутності і т.п. З психокогнітивної точки зору йдеться про формування особливого типу надприродної агентивності, психологічні механізми формування якої в різних культурах вивчали такі дослідники, як С. Етран, Д. Баррет, Д. Берінг, П. Буайє, Д. Бальбуліа, С. Гутрі т ін. [6, с. 323]. Ця особлива агентивність формується на основі онтології, «алогічної» з погляду «природних», даних у повсякденному досвіді категорій, що, з погляду П. Буайє, пов'язано передусім з когнітивним дисонансом у розумінні смерті та виявляється в ритуалах поховання [9, с. 222 – 223]. Надприродні агенти, з якими вірянин спілкується у форматі «сакрального», мають необмежені епістемічні (всезнання), буттєві (безсмертя, воскресіння, переродження), зокрема часові (усечасовість, позачасовість), просторові (усеприсутність, присутність скрізь і ніде тощо), власне агентивні (всемогутність) характеристики. У взаємодії з ними людських істот постає також проблема свободи вибору та примусу, Так, Р. Хортон вважає, що монотеїзм високою мірою пов'язано з наділенням релігійного об'єкта (божества) свободою вибору, а політеїзм пов'язано з ідеєю певного чи цілковитого підкорення богів [11, с. 209]. З огляду на це учений виділяє два типи релігійної комунікації – спільнотний, причастісний і маніпулятивний, які визначаються ступенем примусу або свободи вибору для божества. Для християнства більш властиве спільнотне, комунікативне, причастя (*communion*), ніж маніпулятивність [11, с. 212].

У релігійному світобаченні передусім відбувається трансформація онтологічних категорій «реального», профанного світу, зокрема зняття опозицій *живе / неживе*, *тут / скрізь, зараз / завжди* і т.п. У такий спосіб світ профанний трансгресує власні обмеження і стає світом сакрального. Це перетворення включає також такі епістемічні настанови, як непізнаність, неверифікованість, віра замість знання. Водночас, слід зазначити, що сучасна наука теж дійшла висновку про існування об'єктів і явищ, які неможливі для безпосереднього спостереження і сприйняття [11, с. 207].

Трансгресивність як основна ознака сакрального виявляється, перш за все, у семантиці та модальності бажання, побажання, волевиявлення, надії. У такій перспективі надприродна агентивність може розглядатися як агентивність у чистому вигляді, енергія, потужність, спроможність, які можуть забезпечити здійснення бажання, волі. Саме їх найчастіше зустрічаємо у формулах, фіксованих виразах, які використовуються в ритуалізованих формах комунікації, зокрема у вітаннях, привітаннях, при прощанні тощо: *Good morning ! Happy Birthday ! Merry Christmas ! Have a good day !* У комунікативному плані йдеться передусім про перформативність зміни / збереження стану речей (традицій). Так, наприклад, обидва ці полюси поєднуються в ритуалі присяги, який є одночасно ритуалом переходу для суб'єкта і ритуалом фіксації надчасовості та всепросторовості певного «порядку», традиції. Це завжди звернення до майбутнього, яке і є тим «над»місцем і «над»часом здійснення

волі, бажань, надії, навіть у випадку його конкретизації та локалізації: «*I wish you wisdom and God's help in your determination that Britain should remain a country to be proud of. And, as one working couple to another, Prince Philip and I hope that on 29 March 2030 you and your wife will be celebrating your own Golden Wedding. And talking of the future, I believe that there is an air of confidence in this country of ours just now. I pray that we, people, Government and Royal Family, for we are one, can prove it to be justified and that Britain will enter the next millennium, glad, confident and a truly United Kingdom*.» [A Speech by The Queen 1997].

Важливою рисою сакрального є зняття вищезазначених опозицій, їх амбівалентність, з одного боку, та взаємозалежність, взаємовключення – з іншого. Так, інституціоналізація включає обмеження, верховенство та підкорення у структурах влади. Крім того, таке поняття як обожнення, яке також є необхідним елементом сакрального, є амбівалентним за своєю сутністю, адже воно поєднує протилежні психоемоційні стани і може бути представлено у такій структурі: обожнення як радість, захват, екстаз, довіра / обожнення як жах. Дослідник поняття сакрального Р. Отто розглядає *tremendum* (страхітливе, жахливе) як одну з основних рис *holy* (священного, божественного) у поєднанні елементів жахливого, надмогутності та енергії або невідкладності [14, с. 12 – 25]. А Р. Кайуа зазначає, що повагу, яку засвідчує сакральному людина, одночасно утворено із жаху і довіри [10, с. 13].

Власне сакралізація, як вважають чимало дослідників (див., зокрема, праці П. Буайє), відбувається в ритуалі, який забезпечує перехід від профанного світу до священного, надає особам, предметам, різноманітним об'єктам ту специфічну властивість, якою є сакральність. Як зазначалося вище, ритуал вважається необхідною складовою релігії, одним із її основних структурних елементів, коріння якого можна знайти в нелюдських, тваринних ритуалах там, де вони слугують, у нейрофізіологічному плані, своєрідною винагородою для учасників та забезпечують варту довіри комунікацію. Включення до релігійного ритуалу музики, співу і танцю інтенсифікує цю «винагороду» і розширює вплив ритуалу за межі безпосередньої ситуації ритуальної взаємодії [6, с. 348 – 349].

У цілому, антропологи-еволюціоністи вважають, що релігійна поведінка є дороговартісним сигналом для суспільного єднання (Л. Кронк, В. Айронз, Р. Сосіс та ін.), а релігійні ритуали і табу сприяють міжгруповій співпраці, що є первинною адаптативною функцією та перевагою релігії [6, с. 324; 19, с. 213]. Так, у релігійній групі зростає рівень довіри і порядності, і в результаті зменшується вартість моніторингового механізму [19, с. 213]. Таким чином, адаптивна функція релігії полягає в забезпеченні кооперації: індивіди можуть отримати чисту вигоду через колективну дію, а ритуал слугує для породження такої кооперації, задіюючи мотивувальні механізми, які надають цінності відповідним символам, що є особливо важливим для генетично неспоріднених груп [6, с. 349]. Крім того, деякі дослідники наголошують на індивідуальній вигоді від релігійного ритуалу, зокрема для ментального та фізичного здоров'я (Р. Хаммер, Р. Роджерс, К. Еллісон, Д. Левін, Д. Метьюз, П. Мерфі та ін.). Слід зазначити, що вже здавна антропологи та етіологи розглядають ритуал у ширшому плані: як форму комунікації, починаючи з тваринного світу (Е. Ліч,

Е. Уолес, Р. Раппопорт, К. Лоренц, М. Мойніхен, Н. Тінберген, Д. Макклінон, Т. Дікон, Ч. Логлін, Д. Макманус та ін.) [19, с. 214; 20, с. 265], суспільні засади релігійних практик розглядаються дослідниками одночасно і в комунікативній площині [6, с. 324].

Підсумовуючи погляди сучасних антропологічних шкіл на сутність релігії та ритуалу, можна виділити таке:

– релігійний і світський ритуал є вартісною сигнальною системою, яка зменшує можливість імітації та проникнення до групи чужаків;

– ритуал забезпечує довіру і є надійним сигналом належності до певної групи;

– ритуал (особливо релігійний) тим самим забезпечує економічну ефективність та вигоду;

– інституціоналізація релігії – письмова доктрина, кастовість, професіоналізація, висока приписовість (мораль) і ритуалізація – є явищами, тісно пов'язаними з політикою (див. праці П. Буайє, а також дослідження з політичної антропології Ж. Баландьє).

Як уже зазначалося, одним із могутніх механізмів ритуальної взаємодії є афективний, емоційний, що зумовлено актуалізацією вищезазначених атрибутів сакрального у відповідній комунікативній ситуації (особливо церемоніальній, святковій), посилених ритмом, музикою, тілесними рухами, самим ефектом присутності, участі, залучення до ритуальної трансформації повсякденного у сакральне. Водночас дослідники зауважують, що релігійний ритуал – це комунікація не стільки з надприродним агентом, як із соціумом [9]. Проте, якщо вищезазначені соціальні, психологічні аспекти ритуальної взаємодії інтенсивніше виявляються в релігійній сфері, вони властиві також і світським ритуалам.

Таким чином, можна виділити *бенефіціарність*, як одну з визначальних соціокомунікативних ознак ритуалу, адже учасники ритуалу «отримують вигоду» від свого залучення до ритуального акту чи дійства, передусім у символічному плані, що виявляється насамперед у соціальній сфері. Слід зазначити, що основним типом ритуалу вважається ритуал жертвопринесення, детальний аналіз якого провів у своїх працях М. Мосс [4, с. 9 – 106]. Саме тут, через акт дарування, який є одночасно актом сакралізації об'єкта жертвопринесення, самого дарувальника, актом переходу життя і смерті, часто опосередкованим через заміщення неживим предметом, відбувається акт волевиявлення, бажання, звернений до надприродного агента. Цю бенефіціарність зумовлено передусім встановленням у форматі ритуальної взаємодії можливостей символічної трансгресії певного стану речей, зміни «на краще».

Слід також зауважити, що смисли, які формує і передає ритуал, наративізовано в міфі. Дослідники у цій галузі вважають, що «диференціації ритуалу і міфу передувала фаза їх архаїчного синкретизму. З міфоритуальної єдності першим виокремився ритуал, а вторинне об'єднання міфу і ритуалу було здійснено вже на стадії релігійного мислення в «літургійному» хронотопі» [2, с. 7]. Проте основні наратизовані сакральні смисли у тому чи іншому вигляді присутні у ритуальній комунікації. Таким чином, можна говорити не лише про ритуалізовані форми комунікації, а і про їх міфоритуальний характер, який може виявлятися як у безпосередній вербалізації міфу чи його елементів, так і в їх імплікації. Прикладом першого варіанту можуть слугувати

посилання на біблійні сюжети у «світських» промовах: «*At Christmas I am always struck by how the spirit of togetherness lies also at the heart of the Christmas story. A young mother and a dutiful father with their baby were joined by poor shepherds and visitors from afar. They came with their gifts to worship the Christ child. From that day on he has inspired people to commit themselves to the best interests of others.(...) I wish you all a very happy Christmas*.» [The Queen's Christmas Broadcast 2012]. Побажання веселого Різдва, у свою чергу, імплікує, шляхом референції до назви свята, відповідний міфорелігійний сюжет.

Таким чином, доходимо висновку про те, що у ритуалі формуються і транслюються смисли, які належать до понятійного поля «сакрального». Визначальними серед них є ідеї трансгресивності, перехідності, «чистої» агентивності, встановлення, інституціоналізації певного порядку речей, що виявляється перш за все у семантиці та модальності бажання, волевиявлення, надії. Вони комунікуються у відповідних перформативних актах, які, в свою чергу, створюють образи акторів як бенефіціантів ритуальної взаємодії. Подальшу перспективу дослідження вбачаємо в поглибленому вивченні цих семантичних та комунікативних ознак ритуалу на матеріалі англомовної лінгвокультури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гирц К.* Интерпретация культур / К. Гирц. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. – 560 с. 2. *Давыдов И.П.* Эпистема мифоритуала / И.П. Давыдов. – М.: МАКС Пресс, 2013. – 180 с. 3. *Дюркгайм Е.* Первісні форми релігійного життя. Тотемна система в Австралії / Е. Дюркгайм. – К.: Юніверс, 2002. – 423 с. 4. *Мосс М.* Социальные функции священного / М. Мосс. – СПб: Евразия, 2000 г. – 448 с. 5. *Социологический словарь /* Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М.: Норма, 2008. – 608 с. 6. *Alcorta C.S.* Ritual, Emotion, and Sacred Symbols. The Evolution of Religion as an Adaptive Complex / C.S. Alcorta, R. Sosis // Human Nature – 2005. – Vol. 16, № 4 – P. 323–359. 7. *Bell C.* Ritual Theory, Ritual Practice / C. Bell. – Oxford University Press, 2009. – 288 p. 8. *Between Sacred and Profane*. Researching Religion and Popular Culture / Ed. by G.Lynch. – I.B.Tauris & Co Ltd, 2007. – 224 p. 9. *Boyer P.* Religion explained: the evolutionary origins of religious thought / P. Boyer. – N.Y.: Basic Books, 2001. – VII, 375 p. 10. *Caillois R.* L'homme et le sacré / R. Caillois.– P.: Gallimard, 2015. – 136 p. 11. *Horton R.* A Definition of Religion, and its Uses / R. Horton // The Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland. – 1960. – Vol. 90, №. 2. – P. 201-226. 12. *James W.* The Varieties of Religious Experience. A Study in Human Nature / W. James. – Режим доступу від 29.08.2016 р.: http://ebooks.adelaide.edu.au/j/james/william/varieties/varieties.zip 13. *McKinnon A.M.* Sociological Definitions, Language Games, and the « Essence » of Religion / A.M. McKinnon // Method & Theory in the Study of Religion. – 2002. – Vol.14. – P. 61-83. 14. *Otto R.* The Idea of the Holy. An Inquiry into the Non-Rational Factor in the Idea of the Divine and its Relation to the Rational / Otto R. – L.: Oxford University Press, 1923. – XX, 240 p. 15. *Saler B.* Conceptualizing Religion: Immanent Anthropologists, Transcendent Natives and Unbounded Categories / B. Saler. – N.Y., Oxford : Berghahn Books, 2000. – XVIII, 292 p. 16. *Smart N.* Dimensions of the Sacred. An Anatomy of the World's Beliefs / N. Smart. – University of California Press, 1996. – 359 p. 17. *Smith J.Z.* Religion, religions, religious / J.Z. Smith // Critical Terms for Religious Studies / Ed. by M. C. Taylor. – Chicago: University of Chicago Press, 1998. – P. 269-284. 18. *Smith W.C.* The Meaning and End of Religion / W. C. Smith. – Fortress Press, 1991. – 345 p. 19. *Sosis R.* Cooperation and Commune Longevity: A Test of the Costly Signaling Theory of Religion /

R. Sosis, E.R. Bressler // Cross-Cultural Research. – 2003. – Vol. 37, №. 2. – P. 211-239. 20. *Sosis R*. Signaling, Solidarity, and the Sacred: The Evolution of Religious Behavior / R. Sosis, C. Alcorta // Evolutionary Anthropology. – 2003a. – Vol.12. – P.264 –274. 21. *Spiro M.E.* Religion : Problems of Definition and Explanation / M.E. Spiro // Anthropological Approaches to the Study of Religion / Ed. by M. Banton. – L.: Routledge, 2004. – P.85-126. 22. *The Sacred in a Secular Age*. Toward Revision in the Scientific Study of Religion / Ed. by P.E. Hammond. – Berkeley and Los Angeles : University of California Press, 1985. – 380 p. 23. *The Secularization Debate* / Ed. by W.H. Swatos Jr., D.V.A. Olson. – Lanham etc. : Rowman & Littlefield Publishers, 2000. – 136 p. 24. *Underwood R.M. Jr*. Musing of a Modern Man / R.M. Underwood Jr. – Lulu.com, 2014. – 416 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *A Speech* by The *Queen* on her Golden Wedding Anniversary, 20 November 1997. – Режим доступу від 30.09.2015 р.: http://www.royal.gov.uk/ImagesandBroadcasts/ Historic%20speeches%20 and%20broadcasts/GoldenWeddingspeech20November1997.aspx 2.

The Queen's Christmas Broadcast 2012 – Режим доступу від 30.09.2015 р.: http://www. royal. gov.uk/ImagesandBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcasts/ChristmasBroadcasts/Tex-tofTheQueensChristmasBroadcast2012.aspx

Стаття надійшла до редакції 19.09.2016 р.

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

КОММУНИКАТИВНАЯ И СМЫСЛОВАЯ НАГРУЗКА РИТУАЛА В ПАРАДИГМЕ *САКРАЛЬНОЕ / СЕКУЛЯРНОЕ* (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ)

Статья посвящена определению основных смысловых компонентов понятийного поля «сакральное» и лингвокоммуникативных особенностей его передачи в ритуализованных формах общения на основе критического анализа современных исследований религии, ритуала и сакральности в общественных науках и на материале англоязычной лингвокультуры.

Ключевые слова: *ритуал, религия, сакральное, секуляризация, англоязычная лингвокультура.*

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

COMMUNICATIVE AND SEMANTIC MEANING OF A RITUAL IN THE *SACRED / SECULAR* PARADIGM (BASED ON ENGLISH LINGUSTIC CULTURE)

The article is devoted to determination of basic components of meaning within the conceptual field of "sacred" as well as to linguistic and cultural features of its representation in the ritualized forms of communication based on critical analysis of the modern studies on religion, ritual and sacredness in social sciences as part of English linguistic culture.

Keywords: *ritual, religion, sacred, secularization, English linguistic culture*

УДК 811.111

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

ICT, BRANDING AND ADVERTISING IN AIRLINES VIDEOS

The article highlights new approaches to safety videos demonstrated by leading airlines to inform passengers about their behavior on board, to promote their brands and services aboard. Major communication strategies in safety videos which are the components of branding, marketing and advertising, include multiculturalism, technological approach, promotion of cultural heritage, infotainment.

Key words*: branding, infotainment, multiculturalism, safety video, visualization.*

IT, which gradually evolved into ICT (Information and Communication Technologies), changed communication fundamentally. ICT entailed shift of significant communication amount to virtual domain as Internet, social networking became very popular not only within interpersonal communication but in business, commerce, politics, show business as well. Many brands, companies, world-known people (politicians and celebrities) have their sites and accounts in social nets. ICT made virtual communication more sophisticated and diverse, multimodal and creolized, more visual and entertaining. ICT pushed both virtual and conventional communication in the direction of *visualization* and *infotainment*.

Creolization, visualization, infotainment, branding in modern communication have become objects of research in linguistics during the last decade [1-10].

ICT visualization potential demanded creation of visual effects – icons, favicons, other signs which can serve as symbols, eye-catchers and provide easy visibility and therefore recognizability of virtual agents. Signs with symbolic elements serve as anchors in modern communication and linguistic landscape. Therefore, creation of such symbols has become a turning point for branding as a communication strategy.

Many years ago airlines started marking their airplanes with particular symbolic elements associated with national symbols, values, animals, plants. Airplanes became “flying” symbols of the countries. That was a noticeable fact of branding implementation. Following the IT proliferation, airlines initiated further branding in line with the ICT potential and commissioned favicons for their sites with appropriate associations [7].

Internet, YouTube, in particular, gave more opportunities for promotion, advertising, sharing experience and entertaining. YouTube has become a channel and storage pool for numerous airlines videos, safety briefing including.

Technological improvements in airplanes changed the approach to safety instructions aboard. Traditionally, airhostesses demonstrated safety rules before the flight. It has become a routine for both, the cabin crew and passengers. Nowadays the best airlines shifted to a more technological and entertaining variant – safety video. Every passenger or a group of them have the screens in front of them and watch a safety briefing. The safety video is shot in the studio where the airplane interior is imitated. It has already become a cinema genre

which often combines cinema, 3D design, animation and other effects. In YouTube one can watch the video where producers of the safety video for *American airlines* are interviewed [13-14]. They admitted it was a challenge and an absolutely new experience. Safety video as a genre is the present-day vogue which is as known is not about clothes, accessories and footwear only. It is about technologies, communication, marketing as well.

Safety videos include much more than pre-flight instructions, they are components of advertising and entertaining. Noteworthy, safety videos tend to convey national culture, traditions, symbols, images etc. in present-day globalized world. It is a global strategy of branding the airlines and the country it belongs to.

In advertising discourse the cabin crew are the embodiment of the airline, of its corporate culture. In pre-Internet era, the epoch of printed ads, an airhostess was always chosen for a poster. That was the universal advertising strategy. Now airlines logo and beautiful flight attendants of stereotyped national appearance very often go together in advertising and marketing strategies.

Well-known designers work on the uniform of the cabin crew which is a component of airlines branding. For instance, the uniform for *Singapore Airlines* cabin crew was designed in the 1960s in France on the basis of traditional Malay flower pattern for fabric and traditional Malay female clothes design. The uniform of *Singapore Airlines* cabin crew has become internationally recognized symbol of the airlines and of Singapore.

In all safety videos flight attendants welcome passengers aboard. There is an opportunity to select the most beautiful, the most handsome, the most charismatic and photogenic personnel for the video. In the *American airlines* safety video the flight attendant said it was great honor for her to become the image of all American airlines and she was happy that she had been selected for the pre-flight video.

Different airlines select different strategies to convey safety procedures and, simultaneously, promote their companies.

- **Multiculturalism** can be viewed as one of the strategies.

American airlines, mentioned above, have lots of faces in the video – cabin crew and airport personnel give instructions in turn, one by one. The mosaics of faces demonstrate that American society is multiracial and multicultural. The *Emirates* airlines employ members of the crew from different countries to ensure the global positioning of the company and multiculturalism standard. In *Lufthansa* video the cabin crew welcome passengers near the plane in different languages spoken worldwide. In oriental languages passengers are being invited aboard be the native speakers who are also members of the cabin crew. They are hired to provide comfort and equality for all passengers, from all corners of the world, and to confirm the adherence of *Lufthansa* to multiculturalism and multilingualism standards [20].

- **Technocratic approach** is another strategy demonstrated by *Lufthansa. Lufthansa* after the invitation of the cabin crew shifts to computerized visualization, 3D images.

Singapore airlines and *Thai airlines* combine technological innovations with comfort for all categories of passengers providing multisemiotic translation: pre-flight instructions are translated into sign language.

- **Promotion of cultural heritage** is the strategy used by many companies. Blue and white Delft ceramics is one of the symbols of the Netherlands together with tulips,

bikes, cheese, diamonds, wind mills. *KLM* localized their safety video at Delft pottery which is one of the two china and ceramics factories out of hundreds left in the Netherlands in the 21st century. *KLM* used 1000 blue and white tiles – traditional craft of Holland- to paint safety instructions. The flight attendant is also stereotypically Dutch - blond and blue-eyed [19].

Thai airlines demonstrate orchids as a national symbol and a logo of the company – Royal Orchid Service.

Air France shot a feminine video, as only 6 ladies participated in the shooting (one flight attendant in the latest *Air France* uniform and five female passengers in harmoniously combined stylish suits who demonstrate synchronized movements and gestures) [22]. Not accidentally the video is gender-marked as femininity is the concept associated with France together with other 4 F's – Food, Fashion, Fragrance and Frivolity. Femininity is emphasized by pink gadgets with the title *France is in the Air.* Beautiful flight attendant speaks English with audible French accent which is a marker of Frenchness. She utters very French-like phrases: "Fasten your seatbelt. It will elegantly emphasize your waistline." This video is shot in a very French manner, French lifestyle and therefore it is not just a safety video, it is promotion of *Air France,* French lifestyle brand and France. It is an invitation to France in the Air. That Frenchness has become a component of infotainment which is a new strategy of airlines videos.

- **Infotainment** is the most attractive and curious strategy. Animals or birds as passengers bring humor to the video. Their anthropomorphic behavior immediately attracts attention. These zoo-passengers are true travellers of the 21st century – they are familiar with all modern gadgets and devices (headsets, phones, vacuum-cleaners etc). In *American airlines* a cat cleans the plane with the vacuum cleaner making anyone smile.

Air New Zealand created the safety video with the animated character – goose speaking NewZild [16]. The goose is curious, intelligent, charismatic, funny, enjoying every minute of the flight (lots of room for the passenger, vegetarian menu, opportunity to have a comfortable sleep). Another safety video for this airlines is Men in Black, where one can also see the animal – a dog, real not computerized, in a safety jacket [21]. *Air New Zealand* commissions more and more creative in-flight videos [23].

But the leading brand in terms of infotainment and promotion is the *Emirates*. *Emirates* positions itself as the global company which can bring you to any country of the world. They have international cabin crew, they shoot video interviews and video stories of the individuals from different countries of the world who work for this airline (pilots, flight attendants from Poland, Singapore etc,). Ashley Klinger, female captain, is a superb ad for the airlines: she is a high-caliber professional and a cool fashion-obsessed girl. She visits Milano during fashion week, Osaka, other cities [11, 12]. She a perfect sample and stimulus for anyone to apply for *Emirates.*

One can find *Emirates* videos with perfect service onboard, cabin tour, Business Class Seat preview, videos where top managers speak about the company. *Emirates* also works within co-branding. They partnered with *Real Madrid* and footballers appear at the stadium in T-shorts with the slogan *Fly Emirates*. Footballers photos decorate the planes of the airlines.

But infotainment occurs at other repeated events. For example, a team of the flight attendants – "the multi-talented crew" – appears at the stadium greeting *Benfica.* The behavior instructions for football fans about the behavior at the stadium are given in Portuguese and exercises of the cabin crew really entertain the audience. Thus pre-flight video is used as a matrix for other instructions [15].

Another event occurred in Hamburg when *Emirates* cabin crew in seasonal uniform entertained football fans [18]. At US Open multi-talented crew demonstrated other movements, typical for tennis players. *Emirates* cabin crew flew to India to use Bollywood cricket match to entertain the public with Indian dance and promote their company [17].

To sum up, safety video is a new approach to visualization of pre-flight briefing and a new trend in branding and promotion of airlines, a new sample of infotainment which is an indispensable component of the 21st-century-communication.

REFERENCES

1. *Белова А.Д.* Видеориторика в современном коммуникативном пространстве / А.Д. Белова // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи, 2010. – С. 22-34. 2. *Белова А.Д.* Визуализация объектов и услуг в современной рекламе как составляющая креолизации коммуникативного пространства / А.Д. Белова // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. – 2012. – С. 42-50. 3. *Белова А.Д.* Віртуалізація комунікативного простору / А.Д. Белова // Мовні і комунікативні картини світу. – 2015 – # 1(52). – С. 86-97. 4. *Білюк І.Л.* Брендинг міст в англомовному комунікативному просторі: вербальна і візуальна складові : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / І.Л. Білюк ; Харківській національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2016. – 20 с. 5. *Гулей Т.В.* Урбаністичні номінативні одиниці в сучасній англійській мові : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Т.В. Гулей ; Київський ун-т ім. Т.Шевченка. – К, 2014. – 20 с. 6. *Каратаєва М.В.* Семіотика віртуальної комунікації : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / М.В. Каратаєва ; Київський ун-т ім. Т.Шевченка. – К, 2016 – 20 с. 7. *Каратаєва М.В.* Фавікони як семіотичні та національно-культурні підходи до брендингу у віртуальному просторі / М.В. Каратаєва // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. №5. – 2011. – С.172-183. 8. *Каратаєва М.В.* Фавікони як спосіб візуалізації бренду в віртуальному просторі / М.В. Каратаєва // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2012. – Вип.41. – Част.2.– С. 143-153. 9. *Кияк-Редькович Л.Т.* Соціо-прагматичні та етнокультурні характеристики візуально-залежних текстів малої форми (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Л.Т. Кияк-Редькович ; Київський ун-т ім. Т.Шевченка. Київський ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2011. – 20 с. 10. *Крутько Т.В.* Англомовна реклама у віртуальному просторі : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Т.В. Крутько ; Харківській національний університет ім.В.Н.Каразіна. – Харків, 2006 – 20 с. 11. *Ashley in Milan* Ashley Klinger https://www.youtube.com/watch?v=jHnIMZwfnPY. 12. *Captain Ashley Klinger* | Pilots of Emirates | Emirates Airline – YouTube // https://www.youtube.com/watch?v=7T-ujzU6vSc. 13. *American Airlines Safety Video* – YouTube// https://www.youtube.com/watch?v=LXb28mVZiJo. 14. *American Airlines Safety Video* – YouTube // https://www.youtube.com/watch?v=k3e0WSiBti8. 15. *Benfica safety video* https://www.youtube.com/watch?v=jAF2hZxdFRE. 16. #BetterWayToFly. 17. *Bollywood Cricket Welcome* Onboard Demo // https://www.youtube.com/watch?v=4JfuwuDqjag. 18. *Emirates safety briefing video* at Hamburg stadium released // www.timeoutdubai.com › Sport. 19. *KLM flight safety* https://www.youtube.com/watch?v=RGVlLZujgA4. 20. *Lufthansa Flight Safety Demonstration* (Boeing 747-8i) – YouTubewww.youtube.com/watch?v=x68Oqv1jTbQ. 21. *Men In Black Safety Defenders*

#AirNZSafetyVideo – YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=ji65WI5QLZI. 22. *New Air France's Safety Demonstration video* //https://www.youtube.com/watch?v=EGHADAMO3F0. 23. *The Most Epic Safety Video* Ever Made #airnzhobbit – YouTube // https://www.youtube.com/watch?v=qOw44VFNk8Y.

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

ІСТ, БРЕНДИНГ И РЕКЛАМА В ВИДЕОИНСТРУКЦИЯХ ВЕДУЩИХ АВИАКОМПАНИЙ МИРА

Статья посвящена анализу видео о правилах безопасности на борту самолета, снятых для самых известных авиалиний мира с целью информирования пассажиров о правилах поведения и сервисе на борту самолета. Коммуникативные стратегии в предполетных видеоинструкциях, которые уже стали компонентами брендинга, маркетинга, рекламы, включают мультикультурализм, технологический подход, продвижение национального культурного наследия, информирование развлекательного характера.

Ключевые слова: *брендинг, информирование развлекательного характера, мультикультурализм, видеоинструкция о правилах безопасности на борту самолета, визуализация.*

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

ІСТ, БРЕНДИНГ І РЕКЛАМА В ВІДЕОІНСТРУКЦІЯХ ПРОВІДНИХ АВІАКОМПАНІЙ СВІТУ

Стаття присвячена аналізу відео про правила безпеки на борту літака, які демонструють найбільш відомі авіакомпанії світу з метою інформування пасажирів про правила поведінки і сервіс на борту літака. Комунікативні стратегії у відео безпеки, що стали компонентами брендингу, маркетингу, реклами, охоплюють мультикультуралізм, технологічний підхід, рекламу національної культурної спадщини, розважальний характер інформування.

Ключові слова: *брендинг, розважальний характер інформування, мультикультуралізм, відеоінструкція про правила поведінки на борту літака, візуалізація.*

УДК 81’27+811.111

Білінський Д.Ю., викладач
Житомирський державний університет імені Івана Франка

РОЛЬОВА АСИМЕТРІЯ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ У ДЗЕРКАЛІ ТЕОРІЇ МОВЛЕННЄВИХ ЖАНРІВ (НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОЇ ДРАМИ XX СТОЛІТТЯ)

Стаття присвячена дослідженню рольової асиметрії персонажного мовлення у дзеркалі теорії мовленнєвих жанрів. Розглянуто сучасний етап лінгвістичного аналізу дискурсу дра-

ми. Узагальнено підходи до аналізу комунікативного аспекту рольової асиметрії. Досліджено специфіку реалізації тактик та стратегій, що мають місце в мовленні персонажів, ролі яких поєднані асиметричним зв'язком у різних мовленнєвих жанрах.

***Ключові слова**: драматичний твір, рольова асиметрія, мовленнєвий акт, стратегія, тактика, мовленнєвий жанр.*

Дискурс драми залишається у центрі уваги сучасних мовознавців, про що свідчать дослідження мови драматичного твору із когнітивної та комунікативної позицій [8, с. 31]. Драма розглядається як модель, що описує суспільні відносини за допомогою персонажного мовлення та авторської ремарки [2]. **Метою** нашого дослідження є аналіз комунікативно-прагматичного аспекту реалізації тактик та стратегій персонажами у випадках асиметрії соціальних ролей у різних мовленнєвих жанрах.

У лінгвістичній літературі спостерігається значний інтерес до проблеми мовленнєвих жанрів. Серед дослідників, які здійснили значний внесок у розробку теорії мовленнєвих жанрів, є вітчизняні [2] та закордонні лінгвісти [1; 4; 5; 12]. Мовленнєвим жанром у сучасній генристиці називають певні тематично оформлені, стійкі, композиційні та стилістичні типи висловлення, які виступають як вербальне оформлення типової ситуації соціальної взаємодії людей [6, с. 185], що пов'язано із існуванням тісного зв'язку між мовою та сферами діяльності людини. Це дозволяє розглядати мовленнєвий жанр як особливу модель висловлення, ознаки та прояви якої можна досліджувати. Різні сфери буття людини вимагають різних мовленнєвих жанрів. Відбір стратегій та тактик спілкування, що складають мовленнєву поведінку особи, відбувається під впливом правил конкретного мовленнєвого жанру та індивідуальних психологічних особливостей особи [5].

Функціонування мовленнєвих жанрів має соціальний та індивідуальний аспекти [12, с. 32]. Соціальний аспект проявляється у підпорядкуванні норми мовленнєвого жанру нормам поведінки та вживання мовних засобів у соціумі. Індивідуальний аспект мовленнєвого жанру складають особистісні характеристики мовця. На відміну від соціального аспекту, коли вибір стратегії детермінується культурними нормами, індивідуальний аспект передбачає обрання стратегій та тактик, що відповідають індивідуальним психологічним особливостям конкретного мовця. Ці особливості, у свою чергу, визначаються суспільними, історичними, інтелектуальними чинниками та проявляються у специфічному підборі мовленнєвих жанрів особою у спілкуванні, що дозволяє їй досягнути поставлених завдань. Якщо для особи є пріоритетними власні цілі та способи їх реалізації, що дозволяє їй ігнорувати культурні норми, то її поведінка може бути розцінена соціумом як така, що свідчить про недостатню комунікативну компетенцію [3].

Серед головних ознак мовленнєвого жанру виділяють набір обов'язкових правил, можливість зміни суб'єктів висловлювання та специфічну завершеність, що передбачає можливість відповіді [1, с. 165]. Ієрархічно мовленнєві жанри поділяються на елементарні та комплексні: останні включають у власну структуру тексти, які є завершеними та представляють певні елементарні жанри [11, с. 73]. Мовленнєвий жанр не

є конкретним текстом, це швидше мовна та ментальна система, яка лежить в основі різних текстів [9, с. 23].

Функціонування соціальних ролей тісно пов'язано із мовленнєвими жанрами. В основі обох явищ лежить формування стереотипів поведінки індивідів у суспільстві, відповідно, відхилення у поведінці виконавця певної ролі від її норм може бути розцінено як порушення норм мовленнєвого жанру, якому зазначена роль притаманна. Іншою подібною рисою є наявність у соціальній взаємодії пар соціальних ролей, що відповідають вимогам використання мовленнєвого акту, який, у свою чергу, є складовою мовленнєвого жанру [7, с. 51].

Розглянемо приклади рольової асиметрії в персонажному мовленні драми. Одним із мовленнєвих жанрів, в яких має місце рольова асиметрія, є сімейна бесіда. На початку XX століття в традиційній сім'ї Британії спостерігаються ієрархічні відносини між її членами [13]. Одним із пояснень є соціально-економічний фактор: батьки займали вищу позицію, оскільки вони були пов'язані із важливою соціальною роллю постачальника економічних ресурсів та доглядача за господарством, в той час як діти цих функцій не мали та знаходилися у економічно-соціальній залежності від батьків [18].

Наступний діалог демонструє асиметричні рольові відносини між батьком та дорослою дочкою:

Madge. Did you call, father ?

Cray. Did I call, my dear ? (Satirically.) Oh no, I 've not been shouting myself hoarse for the last five minutes, have I ?

Madge. I 'm sorry, father.

Cray. And my throat 's bad enough as it is, with these east winds in June…

Madge (patiently). What is it you want, father ?

Cray. Where are the spills ? You know I always like to have a supply of spills to light my pipe by.

Madge. Here they are, father.

(She indicates a little table on his left, where a heap of paper spills is lying. He had not looked on this table before.)

Cray. Eh ? (Irritably.) What do you put them there for ? How do you expect anybody to find them there ? Eh ?

Madge. I thought they 'd be handier for you. You wouldn't have to get up.

Cray. I like them in that vase on the mantelpiece. You know that.

Madge. I 'm sorry, father. I '11 try and remember next time. Is that all ? (She is going.)

Cray. No, it is not all. Don't try and run away when I 'm talking to you. What are you doing with that apron on at this time of night ?

Madge (meekly). Washing up.

Cray. Do you mean to say the dinner things are not washed up yet ?

Madge. Not quite. I 've been very busy to-day [17, с. 190]

У розмові з дорослою дочкою батько використовує тактики конфронтації та домінування, що демонструє його соціальну роль як значно вищу, ніж у його дочки. Серед вказаних тактик – критика дій співрозмовника, що виражена квеситивом (*Where are the spills?*), директивом (*Don't try and run away when I 'm talking to you*) та констативом

(*I like them in that vase on the mantelpiece.*). Невербальна реакція (*Irritably*) підсилює ефект реплік та доповнюється сарказмом та роздратуванням, що виражені розділовим запитанням (*Satirically.) Oh no, I 've not been shouting myself hoarse for the last five minutes, have I ?*), повторами (*You know I always like… You know that…*) та риторичними запитаннями (*How do you expect anybody to find them there ? Eh ?*). Мадж, у свою чергу, послуговується тактиками вибачення, при цьому вибачення повторюється декілька разів (*I 'm sorry, father*), пропонування послуги, вираженої у квеситиві (*What is it you want, father?*), виправдання, вираженого у констативі (*I thought they 'd be handier for you… You wouldn't have to get up.*), обіцянки у вигляді мовленнєвого акту промісива (*I '11 try and remember next time*), що супроводжуються звертаннями (*father*), невербальними засобами, які демонструють її позитивне налаштування (*meekly, patiently*). Тактики, які використовує Мадж, спрямовані на пом'якшення у стосунках із батьком та, водночас, виправдання власної поведінки, що дає змогу охарактеризувати соціальну роль Мадж як залежну від соціальної ролі батька.

Домінантна рольова позиція матері по відношенню до дочки відображена у наступному діалозі.

(Mrs. Cartwright suddenly opens her eyes, yawns unaffectedly, stretches herself, and reaches out her hand for the novel on the table near her).

Mrs. C. *{finding her place in the novel}. What time is it, Dolly?*

(Dolly, absorbed in her book, does not answer.) Dolly. {There is still no answer, and Mrs. Cartwright raises herself on her elbow and looks round.} Dolly, didn't .you hear me ask what time it is?

Dolly. *Sorry, mother, didn't hear you. It's just struck four.*

Mrs. C. *{suspiciously}. What are you reading?*

Dolly. *George Meredith: The Egoist.*

Mrs. C. *{relieved}. Oh, Meredith ! I never can make his people out. They don't talk like human beings.* [15, с. 102]

Комунікативна поведінка учасників діалогу відповідає нормам жанру сімейної бесіди [10]. Учасниками цього діалогу є дочка Доллі та мати місіс Картрайт. Місіс Картрайт розпочинає діалог із тактики запиту інформації, намагаючись дізнатися час у Доллі, у формі квеситиву (*What time is it, Dolly?... Dolly, didn't you hear me ask what time it is?*). При цьому її невдоволення відсутністю реакції дочки зростає у кожній наступній репліці. Не отримавши очікуваної відповіді, місіс Картрайт продовжує розмову тактикою негативної оцінки та критикою Доллі у формі констативів (*I never can make this people out. They don't talk like human beings.*), критикуючи вибір Доллі у літературі. Зазначені тактики є складовою комунікативної стратегії конфронтації, що виражає вищу та домінантну соціальну роль місіс Картрайт. Доллі, розпочинаючи діалог із тактики вибачення та вживаючи звертання (*Sorry, mother*…), за допомогою тактики виправдання та мовленнєвого акту констативу ("…*didn't hear you*.") намагається повернути в кооперативне русло діалог із матір'ю, а пізніше відповідає на запитання матері (*It's just struck four*). У її мовленні домінують короткі репліки (*…didn't hear you. It's just struck four… George Meredith: The Egoist*). Все це демонструє

її залежну позицію відносно позиції матері та, відповідно, намагання використовувати тактики, що сприяють підтриманню кооперації.

Наведений нижче діалог належить до жанру спілкування господині та служниці початку XX століття, що передбачає залежність працівника від роботодавця та свідчить про наявність у зазначеному випадку асиметричних рольових відносин [14].

Mrs. F. *Is your master in?*

Jane. *No, ma'am; he 's been out since lunch...*

Mrs. F. *Any letters for me ?*

Jane. *Only a telegram. I '11 bring it, ma'am.* [16, с. 10]

Джейн виконує роль служниці місіс Форсайт, тобто її соціальна роль є нижчою, що змушує її дотримуватися кооперативної стратегії. Це підтверджується тим, що Джейн у діалозі виключно відповідає на запитання господині та висуває пропозицію принести телеграму, що має задовольнити місіс Форсайт. При цьому вона дотримується тактики констатації (*Only a telegram*) та пропозиції (*I '11 bring it, ma'am*) із ввічливим звертанням (*No, ma'am*), вживаючи виключно констативи (*No, ma'am; he 's been out since lunch...*), що свідчать про її дистанціювання від господині та професійну зібраність, а це, в свою чергу, є наслідком рольової залежності від місіс Форсайт. Господиня Джейн, місіс Форсайт, використовує тактики запиту інформації (*Is your master in?... Any letters for me?*). У мовленні місіс Форсайт використовуються виключно квеситиви (*Any letters for me?*) у формі простих запитань. Зазначені тактики свідчать про застосування стратегії домінування.

Таким чином, соціальна взаємодія, в основі якої є рольова асиметрія, спостерігається у межах таких сфер, як сім'я та спілкування господаря зі слугою, що пояснюється історичними та соціально-економічними факторами, які домінували у суспільстві Великобританії XX століття. У статті показано, що комунікант із нижчою соціальною роллю надає перевагу кооперативній стратегії, що виражається у таких тактиках, як пояснення, вибачення, обіцянка, пропонування послуги, надання інформації, виправдання, та мовленнєвих актах промісиву, прозиції, констативу. Стратегія домінування, що належить до мегастратегії конфронтації, у зазначених рольових відносинах використовується комунікантами із високою соціальною роллю та передбачає вживання тактик запиту інформації, негативної оцінки та критики третьої особи, мовленнєвих актів квеситивів, констативів та директивів.

Подальша перспектива дослідження вбачається нами у створенні класифікації мовленнєвих жанрів, в яких присутні елементи асиметричного спілкування персонажів британської драми XX століття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Русские словари. – 1996. – Т. 5. – С. 159–206. 2. *Бацевич Ф.С.* Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу / Ф.С. Бацевич // Вісн. нац. ун-ту «Львів. Політехніка». – 2002. – № 453. – С. 30–34. 3. *Бубнова И.А., Красных В.В.* Жанры речи как аспект психолингвистических исследований человека / И.А Бубнова., В.В Красных // Жанры речи. – 2012. – №. 8. – С. 52–60. 4. *Вежбицка А.* Речевые жанры / А. Вежбицка // Жанры речи. – 1997. – № 1. – С. 99–111.

5. *Дементьев В.В.* Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В.В. Дементьев // Жанры речи. – 2002. – № 3. – С. 18–40. 6. *Костомаров П.И.* Трактовка речевого жанра в работах отечественных исследователей / П.И. Костомаров // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2014. – № 2. – Том 1. – С. 181-185. 7. Крысин Л.П. Попытка социально-ролевой типологии речевых жанров / Л.П. Крысин // Коммуникативные исследования. – 2015. –№ 1 (3). –С. 49–54. 8. *Кубрякова Е.С.* О методике когнитивно-дискурсивного анализа применительно к исследованию драматургических произведений (пьесы как особые форматы знания) / Е.С. Кубрякова // Принципы и методы когнитивных исследований языка. – 2008. – С. 30–45. 9. *Покровская Е.А., Дудкина Н.В., Кудинова Е.В.* Речевые жанры в диалоге культур / Е.А. Покровская, Н.В. Дудкина, Е.В. Кудинова. – Ростова-на-Дону : Foundation, 2011. – 200 с. 10. *Рытникова Я.Т.* Семейная беседа как жанр повседневного речевого общения / Я.Т. Рытникова // Жанры речи. – 1997. – № 1. – С. 45–56. 11. *Федосюк М.Ю.* Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи / М.Ю. Федосюк // Жанры речи. – 1997. – № 1. – С. 66–87. 12. *Шмелева Т.В.* Модель речевого жанра / Т.В. Шмелева // Жанры речи. – 1997. – № 1. – С. 88–98. 13. *Berthoud R.* Family formation in multi-cultural Britain: three patterns of diversity / R. Berthoud. –Institute for Social and Economic Research, University of Essex, 2000. – 30 p. 14. *Deakin S.* The Comparative Evolution of the Employment Relationship / S. Deakin. – Centre for Business Research, University of Cambridge, 2005. –25 p. 15. *Houghton S.* Independent means / S. Houghton // Constable and Co. ltd. – 1914. – Vol. 1. – P. 95–184. 16. *Houghton S.* Marriages in the making / S. Houghton // Constable and Co. ltd. – 1914. – Vol. 1. – P. 3–94. 17. *Houghton S.* The Perfect Cure / S. Houghton // Constable and Co. ltd. – 1914. – Vol. 2. – P. 183–283. 18. *Jagger G., Wright C.* Changing family values / G. Jagger, C. Wrightm. – London : Routledge, 2004. –23 p.

Билинский Д.Ю., преподаватель,
Житомирский государственный университет имени Ивана Франко

РОЛЕВАЯ АСИММЕТРИЯ ПЕРСОНАЖНОЙ РЕЧИ В ЗЕРКАЛЕ ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОЙ ДРАМЫ XX ВЕКА)

Статья посвящена исследованию ролевой асимметрии персонажной речи в зеркале теории речевых жанров. Рассматривается современный этап лингвистического анализа дискурса драмы. Обобщены подходы к анализу коммуникативного аспекта ролевой асимметрии. Исследована специфика реализации тактик и стратегий, реализуемых в речи персонажей, социальные роли которых объединены асимметричной связью.

Ключевые слова*: драматическое произведение, ролевая асимметрия, речевой акт, стратегия, тактика, речевой жанр.*

Bilinsky D.Y., lecturer,
Ivan Franko State University of Zhytomyr

THE ROLE ASYMMETRY IN THE PERSONAGES' SPEECH VIEWED THROUGH SPEECH GENRES THEORY (BASED ON BRITISH DRAMA OF THE 20TH CENTURY)

The article deals with the role asymmetry in the personages' speech viewed through the speech genres theory. The contemporary stage of drama discourse linguistic analysis is taken into account. The contemporary approaches to the communicative aspect of the role asymmetry analysis are singled out. The peculiarities of strategies and tactics used in cases of role asymmetry in the personages' speech are described.

Key words*: drama, role asymmetry, speech act, strategy, tactics, speech genre.*

УДК 81’25:811.133:34

Борець А.М., здобувач
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КРИМІНАЛЬНОГО КОДЕКСУ ФРАНЦІЇ ЯК ОКРЕМОГО ЖАНРУ АДМІНІСТРАТИВНОГО СТИЛЮ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Визначено поняття Кримінального кодексу. Виокремлено Кримінальний кодекс в окремий жанр офіційно-ділового стилю. Проаналізовано лексичні, граматичні та синтаксичні особливості такого виду документа. На прикладах з оригіналу тексту запропоновано шляхи подолання складнощів у перекладі тексту.

Ключові слова: *стиль, жанр, закон, кодекс, переклад, юридичний текст, реалія, правнича лінгвістика.*

Як відомо, всі стилі поділяються на письмові та усні, а серед письмових прийнято виокремлювати такі основні: офіційний (або адміністративний чи діловий), науковий, публіцистичний та художній стилі [3]. Всі ці стилі, об’єднані в одне поняття «письмові», мають низку спільних характеристик: зокрема, ретельна попередня підготовка висловлюваного, детальна розробка форми та змісту, домінування логічної об’єктивної складової над суб’єктивною тощо. Крім того, письмові стилі французької мови мають ряд характерних ознак:

- звернення до групи осіб, а подекуди до цілого народу;
- форма мовлення – монолог;
- переважно обговорення серйозних та складних тем для широкого загалу, що стосуються науки, політики, бізнесу, культури тощо;
- точне та логічне викладення ідей;
- вживання спеціальної термінології;
- використання складних фраз, сполучників підрядності та сурядності, відсутність незавершених речень.

Оскільки **об’єктом** нашого дослідження є Кримінальний кодекс Франції (далі – ККФ), то одразу визначимо його як елемент офіційного стилю (або як прийнято його називати у нас, офіційно-ділового стилю [4]. Цей стиль використовується для взаємодії державних організацій та окремих осіб із правових або ділових питань. На цьому стилі побудовані закони, постанови, циркуляри, рішення, інструкції, попередження, угоди, контракти, протоколи, ділове листування, сертифікати, декларації, запити тощо. Це документи різної форми та обсягу, однак всім їм притаманні:

- довгі та складні фрази із збереженням латинського синтаксису, зворотів (слід зазначити, що, незважаючи на це, у ККФ латинізми зустрічаються доволі рідко);
- вживання займенника першої особи множини замість однини (*Nous, devant nous, notre sceau*), безособових конструкцій (*il peut être*), а також безособового займенника on (який, однак, практично не зустрічається у ККФ);
- сталі вирази із застарілими зворотами, сталі вирази вступу та завершення фрази;

- вживання займенника «Je» замість самостійного «Moi» (*Je, soussigné*);
- вживання безособового пасиву (*Il est statué parle Ministre* замість *Ministre statue*);
- об'єктивність викладеного, суворе дотримання форми;
- складнопідрядні речення з численними однорідними підрядними;
- дієприкметникові та інфінітивні звороти (*tendant à la poursuite, mandate de saisir et arrêter*);
- відсутність неважливої або суб'єктивної інформації;
- непрямий порядок слів (зокрема для текстів законів та постанов);
- збереження архаїчних граматичних зворотів;
- наявність великої кількості спеціальних термінів, а саме – офіційних назв інституцій, посад, документів, а також спеціальних юридичних понять.

Насамперед визначимо, що собою являє Кримінальний Кодекс Франції (одразу скажемо, що не існує спеціальної монографічної праці, присвяченої безпосередньо його дослідженню). Зазначимо, що французький термін "*pénal*" може бути перекладений українською як «*кримінальний*», так і «*карний*», що також являє собою певну проблему для перекладача. За французьким законодавством Карний кодекс Франції є сукупністю законів та положень, що визначають злочини та проступки, а також правопорушення відповідно, та встановлюють міру покарання для злочинця або правопорушника (ст. 111-2 Карного Кодексу Франції 1994 року). Кримінальні порушення розподілені за ступенем тяжкості на злочини, проступки та правопорушення (ст. 111-1 ККФ), а отже, ключовими поняттями документа виступають: ***закон, злочин, проступок, правопорушення, злочинець, правопорушник, міра покарання***. На основі цих основних понять формується розгалужена система спеціальних термінів, які і складають проблему спеціального перекладу через те, що вони відбивають реалії іншої правової системи: наприклад, українська посада **суддя** може бути перекладена французькою мовою щонайменше двома варіантами – *juge* (загальновживаний термін), *magistrat* (суддя з цивільних та кримінальних справ). Так, складний термін *рішення суду* може бути перекладений французькою як *decision juridictionnelle* (загальновживаний термін для різних видів рішень), *jugement* (рішення в загальному понятті, в вузькому – рішення суду першої інстанції), *ordonnance* (постанова про припинення справи), *arrêt* (рішення суду вищої інстанції), *sentence* (рішення суду малої інстанції); термін *утримання під вартою* може бути перекладений як *garde à vue* (затримання як процесуальна дія) або ж як *détention provisoire* (утримання під вартою на час слідства, як запобіжний захід, в адміністративному порядку, без суду тощо).

Отже, подолання складнощів перекладу такого роду документів, а саме складнощів спеціального перекладу, є головним завданням перекладача. Для юридичного перекладу головним завданням є найбільш точна передача змісту тексту оригіналу, саме тому важливо відтворити терміни та реалії, подані у тексті вихідною мовою, із мінімальними втратами. Оскільки основною функцією перекладу документів юриспруденції є інформативна, бо подібна інформація розрахована на широке коло читачів, однак таких, що є спеціалістами певної галузі, тому правильна номінація понять є першочерговим завданням перекладача.

Варто зазначити, що повний офіційний текст Кримінального кодексу Франції розміщено на сайті https://www.legifrance.gouv.fr. На цьому ж сайті представлені його варіанти англійською та іспанською мовами, до створення яких були залучені фахівці з права університетів Кембриджу (Велика Британія) та Сан-Себастьяна (Іспанія). Цей факт наштовхує на думку про те, що для якісного перекладу повного або часткового варіанту ККФ українською необхідна консультація правників, оскільки правові системи країн відрізняються та багато термінів з ККФ є невідомими для системи кримінального права України і, на нашу думку, являють собою так звані юридичні реалії [2]. На сьогодні лише починає формуватися особлива галузь мовознавства – **правнича лінгвістика**. Особливу увагу вона приділяє мовним проблемам правотворчості і правозастосування, у зв'язку з чим розвиваються такі напрями науково-лінгвістичного аналізу правових категорій, як законодавча стилістика, законодавча техніка, текстологія, юридична термінологія, синтаксис законодавчого тексту, юридична герменевтика [1]. Крім того, зараз починають говорити про окрему галузь перекладу – **юридичний переклад**, завданням якого є передача засобами іншої мови різноманітних письмових та усних юридичних текстів, а також розробка рекомендацій перекладачам-початківцям щодо подолання складнощів такого виду перекладу.

Зупинимося більш детально на пастках синтаксису, лексики, граматики Кримінального кодексу Франції. Як свідчить наш аналіз, основними синтаксичними проблемами є:

- непрямий порядок слів, при якому речення починається з дієслова, наприклад: *Est auteur de l'infraction la personne qui…, Sera puni comme auteur le complice*;
- довгі складнопідрядні та складносурядні фрази, поєднані відповідними сполучниками: *dont, ainsi que, lorsque, si, en cas de, au vu de;*
- вживання безособових зворотів: *il est tenu compte, il est applicable, il peut être, il résulte que;*
- формування іменників через конструкцію «le fait de + verbe»: *le fait de diriger;*
- вживання дієприслівникових зворотів, абсолютних прислівникових зворотів типу: … aucune d'entre elles *ne pouvant être* inférieure à deux jours;
- переважне використання дієслів, а не іменникових форм – répondre, recevoir, prévenir, obtenir, informer;

Щодо граматичних особливостей у тексті Кримінального кодексу Франції, то перш за все треба говорити про:

- вживання складних способів дієслова – subjonctif, напр. *avant que la condamnation assortie du sursis ait acquis un caractère dé finit if*, письмових часів;
- використання книжних синонімів займенників типу *nul* замість *aucun*;
- перерахування без артиклів.

Аналізуючи лексику ККФ, бачимо, що переважно зустрічаються:

- правові терміни (прості і складні) – *interdiction, emprisonnement, condamné, infraction, personne morale* тощо;
- книжні вирази: *entrer en vigueur* тощо;
- латинізми – *quantum*;
- використання цифр.

На особливу увагу заслуговує переклад так званих юридичних реалій, наприклад:

- *Juge d'instruction – слідчий суддя;*
- *Maison de la justice et du droit – Будинок правосуддя й права.*

На нашу думку, «**юридична реалія**» виступає одночасно поняттям, притаманним певній юридичній системі певної країни, і словом або словосполученням, що позначає це поняття [2]. Основними проблемами їх відтворення в перекладі, як свідчить наш аналіз, є полісемія французьких юридичних термінів, а також їх ономасіологічний аспект, тобто вираження певного юридичного значення словом, словосполученням, зворотом, цілим реченням (або їх відсутність).

Наприклад, слово *arme* має понад 9 варіантів перекладу (див. інтернет ресурс http://www.lingvo.ua/ru/Translate/fr-ru/net), і перекладачу, відповідно до контексту й існуючих штампів, треба підібрати відповідний аналог, який підходить до цього правового контексту, як-от:

- зброя,
- вогневий засіб,
- вид зброї.

Наприклад: *Le fait d'acquérir, de détenirou de céder des matériels de guerre, armes, elements d'armes ou munitions relevant des catégories A ou B, sans l'autorisation prévue au I de l'article L. 2332-1 du code de la défense, en violation des articles L. 312-1 à L. 312-4, L. 312-4-3, L. 314-2 et L. 314-3 du code de la sécurité intérieure, est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende. (*Бачимо, що в цьому контексті слово arme може виступати як «зброєю», так і «вогневим засобом»).

Те ж саме спостерігається і у матеріалах інтернет-видань новин, наприклад:

Suite homocide à Porto-Vecchio: deux armes différentes utilisées (назва статті з новинного сайту). У даному контексті, пропонуємо перекладати слово armes як «вид зброї» – «Вбивство у Порто-Веккіо: з використанням 2 різних видів зброї».

Подібну проблему спостерігаємо із словом *auteur* (у французькій мові воно має більш широке загальне значення), яке також є полісемічним словом, має понад 5 значень, проте для правника доцільним буде застосувати 2 з наявних варіантів перекладу:

- *право*датель,
- автор (*змови, злочину*).

«*Si la dissolution survient par la mort d'un époux, seshéritiersont, sur les acquêts nets faits par l'autre, les mêmes droits que leur auteur.»* (1596 Цивільного кодексу Франції) (у цьому контексті, слово «auteur» перекладатиметься як «*праводатель»* – у випадку, якщо розірвання спільномайнового режиму шлюбу настає внаслідок смерті одного з подружжя, відносно спільного майна його спадкоємці мають такі ж права, як і праводатель).

«La loi determine les crimes et délits et fixe les peines applicables à leurs auteurs» (ст. 111-2 ККФ) – тут йдеться саме про виконавця (автора) злочину.

«En captant, en registrant ou transmettant, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées à titre privé ou confidential» (ст. 226-1 ККФ) (у цьому прикладі бачимо, що мова йде про автора слів, що були виголошені у приватному або конфіденційному порядку).

Аналогічно до вищенаведених прикладів, проблемою перекладу є слово *atteinte.* Словник пропонує п'ять варіантів перекладу, з яких примітку «юр.» має лише 1 варіант:

- *замах, збиток.*

«*Est puni d'un an d'emprisonnement et de 45 000 euros d'amende le fait, au moyen d'un procédé quelconque, volontairement de porter atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui*» (226 – 1 ККФ). Факт або принаймні процес, метою якого є навмисний замах на таємницю приватного життя, карається терміном 1 рік позбавлення волі або ж штрафом розміром у 45 000 євро.

Разом із тим, розуміємо, що в тій чи іншій ситуації будь-яке значення слова може увійти до правового кола, оскільки може означати поняття, що виступає предметом судової суперечки чи позову.

Певне уточнення значення може відбуватися завдяки дистрибуції слова та мовному контексту. Аналізуючи термін *acte préparatoire*, бачимо, що слово *acte* має 8 значень, проте у поєднанні з прикметником *préparatoire* воно набуває нового значення та перекладається як *підготовча дія.*

Отже, ми можемо зауважити, що з метою адекватного перекладу текстів юридичного характеру слід мати достатній багаж знань як у юридичній сфері, а саме розумітися на правових системах тих країн, мови яких виступають мовою перекладу та мовою оригіналу, та, звісно, у сфері мово- та перекладознавства. Підбиваючи підсумки, можемо зробити кілька практичних порад та спостережень, що можуть бути корисними для перекладачів, що тільки розпочинають роботу із юридичними текстами:

- непрямий порядок слів у французькій фразі часто відтворюється українською прямим порядком – так як ми можемо це спостерігати у Кримінальному кодексі України;
- складнопідрядні та складносурядні речення можуть залишатися такими ж і у перекладі, оскільки офіційно-діловий стиль української мови допускає використання довгих та навантажених фраз;
- безособові (займенникові) фрази французькою при перекладі можна заміняти фразами, де підмет і присудок виражені іменниками;
- переклад складних часових форм простими часовими формами мови перекладу (через відсутність таких у мові перекладу, як, наприклад, Passé Simple);
- збереження латинізмів у мові перекладу, з можливим тлумаченням цих термінів мовою перекладу у дужках або у коментарі перекладача;
- підбір відповідного варіанту перекладу для так званих юридичних реалій, шляхом заміни на існуючий термін мови перекладу, тлумачення-опису неіснуючої реалії або калькування.

Таким чином, переклад документів різних жанрів офіційно-ділового стилю, перш за все Карного кодексу, потребує особливої уваги та обачливості, оскільки часто саме від інтерпретації юридичних термінів залежить доля людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1..*Артикуца Н.В*. Правнича лінгвістика у системі сучасної мовної освіти правників // Комунікативна компетентність і їх зв'язки із громадськістю: Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 15-16 трав. 2003р. / Львів. ін-т внутрішніх справ при нац. акад. внутрішніх справ України. – Л., 2003. – С. 133-136. 2. *Борець А.М*. Французька юридична реалія як проблема юридичного перекладу / А.М. Борець // Мовні і концептуальні картини світу. – Випуск 55, частина 2. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – 2015. – С. 19-23. 3. *Морен М.К., Тетеревникова Н.Н*. Стилистика современного французского языка. Stylistique française / М.К. Морен, Н.Н.Тетеревникова. – М.: Высшая школа, 1970. – 300 с. 4. *Пономарів О.Д*. Стилістика української мови. / О.Д. Пономарів. – К.: Либідь, 1993. – 248 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Code pénal* [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу від 17.09.2016: https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=4272F4336DB6DAEA4CE5143053B116EF.tpdila07v_3?cidTexte=LEGITEXT000006070719&dateTexte=20160829;
2. *Code civil* [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу від 17.09.2016: https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006070721&dateTexte=20160916.

Борец А.М., соискатель,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА УГОЛОВНОГО КОДЕКСА ФРАНЦИИ КАК ОТДЕЛЬНОГО ЖАНРА АДМИНИСТРАТИВНОГО СТИЛЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

Определено понятие Уголовного кодекса. Уголовный кодекс выделен в отдельный жанр официально-делового стиля. Проанализированы лексические, грамматические и синтаксические особенности такого вида документа. На примерах из оригинала текста предложены пути преодоления трудностей в переводе текста.

Ключевые слова: *стиль, жанр, закон, кодекс, перевод, юридический текст, реалия, юридическая лингвистика.*

Borets A.M.,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

PECULIARITIES IN TRANSLATION OF FRENCH CRIMINAL CODE AS PARTICULAR GENRE OF ADMINISTRATIVE STYLE IN FRENCH LANGUAGE

The notion of Criminal code is formulated. The Criminal code is classified in a particular genre of official style. Lexical, grammatical and syntactic *peculiarities of the document are examined. The ways of solving translation difficulties are given (using examples from original text version).*

Key words: *style, genre, law, code, translation, juridical text, reality, juridical linguistics.*

УДК 81'42+811.111

Борисенко Н.Д., к. філол. н., доц.
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ВИСЛОВЛЕННЯ ВИБАЧЕННЯ В ДИСКУРСІ БРИТАНСЬКОЇ ДРАМИ: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглядаються висловлення вибачення у мовленні персонажів британської драми, розкривається їх прагматичний ефект. Визначається специфіка мовленнєвих актів вибачення. Встановлюється роль вибачення у попередженні або залагодженні конфлікту. Аналізуються тактики персонажного мовлення, що сприяють вербальному втіленню зазначеного явища.

Ключові слова: *дискурс драми, вибачення, мовленнєвий акт, тактика.*

У центрі уваги лінгвістичних розвідок залишаються мовні та мовленнєві засоби, що відображають психологічний стан мовця [10, с. 6], демонструють позитивне відношення до слухача і відіграють особливу роль у процесі спілкування. Наше дослідження висловлень вибачення у персонажному мовленні сучасної британської драми **має на меті** виявити, які тактики, мовленнєві акти та номінативні засоби використовуються для вербалізації зазначеного явища у дискурсі драми.

Вибачення розглядається у сучасному мовознавстві як феномен, що відіграє важливу роль у соціально значущій комунікативній діяльності та втілює один із способів її регуляції завдяки направленості вибачення на попередження або залагодження конфлікту [3, с. 19]. Водночас вибачення розглядається у лінгвістиці як комунікативна [18, с. 52] або дискурсивна подія [3, с. 25], мовленнєва або комунікативна ситуація [11], мовленнєвий жанр [6, с. 84], що значно розширює наше уявлення про зазначений феномен.

Найбільш традиційним є аналіз вибачення у руслі теорії мовленнєвих актів, де вибачення відносять до експресивних мовленнєвих актів, мета яких полягає у відвертому вираженні емоцій, коли мовець не підганяє світ під слова, або слова під світ [8, с. 183] або до бехабітивів, що є реакцією на поведінку інших людей [2, с. 119]. Крім того, у закордонній лінгвістиці мали місце спроби віднести вибачення до зізнань [14, с. 128-129] або конвівіалів, у яких ілокутивна мета співпадає із соціальною метою [25, с. 104-105], до мовленнєвих ритуалів та етикету [1, с. 210-212]. У вітчизняній лінгвістиці вибачення визначають як перформативи [4, с. 1981]. При цьому визнається, що мовленнєвий акт вибачення виражає позитивне ставлення до слухача та направлений на підтримання кооперативної взаємодії [12, с. 191].

Останнім часом з'являються спроби віднести вибачення до директивних, оскільки мовець намагається змінити стан слухача, який почувається ображеним [7, с. 22-23], поліінтенційних, гібридних мовленнєвих актів, що інтегрують, крім директивної інтенції виправдання мовця, визнання ним своєї провини та вираження емоційної аверсії з приводу власної поведінки, та є соціативними, оскільки виражають визнання мовцем слухача як члена однієї з ним соціальної групи [10, с. 22, 35].

Наша розвідка розглядає висловлення вибачення як тактику та мовленнєвий акт, що регулюють відношення між комунікантами [9, с. 11] та виникають як намагання

поліпшити відношення між мовцем та слухачем. Реалізуючи тактику вибачення, мовець прагне добитися прихильності слухача, відіграючи дві ролі одночасно: роль винуватця та людини, яка сама себе засуджує [22, с. 144]. Тактика вибачення може включати низку компонентів: вираження смутку або власне вибачення, визнання провини або пояснення причини, самоосуд або визнання відповідальності, обіцянку виправитися, пропозицію компенсувати нанесену шкоду [18, с. 52; 22, с. 144]. При цьому ступінь розгорнутості тактики вибачення залежить від відстані між комунікантами, з одного боку, а, з іншого, від відвертості мовця.

Аналіз персонажного мовлення британської драми показує, що висловлення вибачення досить популярні у дискурсі британської драми, оскільки сприяють перебігу комунікативної взаємодії в зоні кооперації. Зазвичай мовленнєвий акт вибачення включає експресив *sorry* і може реалізуватись як еліптичним реченням:

Elsie. *You're disgusting.*

Sam. *Sorry, love. Just a joke* [barbec6], так і двоскладним реченням:

Norman. *I'm sorry for what I did* [28, с. 5].

При цьому мовленнєвий акт вибачення може бути ініціальним і необов'язково стосуватися подій власне інтеракції. У наступному прикладі дружина вибачається на початку розмови за свою поведінку минулого вечора:

Paula. *I'm sorry about last night*

James. *Last night?*

Paula. *I was a bit sharp with you* [15, с. 24]. Проте відтермінування акту вибачення у часі призводить до непорозуміння та необхідності роз'яснення ситуації мовцем.

Більш звичним є реактивний ретроспективний мовленнєвий акт, що стосується безпосередньо подій інтеракції:

Paula. *For God's sake, stop being so suspicious!*

Mark. *I'm sorry. I didn't mean to…*

Paula. *Oh, never mind!* [15, с. 16].

У персонажному мовленні знаходимо приклади використання проспективного мовленнєвого акту вибачення [10, с. 44], коли мовець вибачається за подальші дії, що наносять шкоду слухачеві:

Robert. *Now we can thrash this out.*

Olwen. *Oh no, please, Robert.*

Robert. *I'm sorry, Olwen. But I want to know the truth* [5, с. 23]. У цьому випадку персонаж вибачається за відмову виконати прохання співрозмовника.

Для підсилення емоційності висловлення вибачення мовець використовує повтори як експресиву *sorry*, так і мовленнєвого акту в цілому:

Mariam. *I'm sorry – I'm sorry, sorry, sorry, sorry. I'm probably wrong about Christine. But she brings out the worst in me. Even when I mean to be good – and nice about her if it kills me* [20, с. 42].

З цією ж метою використовуються інтенсифікатори *so, very, really*:

James. *Oh, I'm so sorry* [15, с. 25].

Susan. *I know. That was the idea. I wanted to surprise you all. I'm very sorry* [15, с. 29].

Sophie. *I'm sorry, I'm really sorry* [16, с. 17].

Тактика вибачення може обмежуватися лише одним мовленнєвим актом вибачення:

Larry. *No I didn't. Sorry* [24, с. 2].

Водночас, крім власне вибачення, відповідна тактика включає самоосуд мовця і критику власної поведінки:

Elizabeth. *Yes… but let me say I'm sorry. I have been selfish and I'm sorry* [17, с. 39].

Важливим компонентом висловлення вибачення є виправдання у вигляді повідомлення про ненавмисний характер образи:

Frank. *I'm sorry. I didn't mean to frighten you* [15, с. 35].

Цій самій меті слугує пояснення мотивів або дій мовця, що призвели до образи слухача:

Martin. *You know we've known each other now for two weeks. But one of them doesn't count. You wouldn't see me*.

Cherry. *I know. I'm sorry. I thought it best to give ourselves time to think* [19, с. 18-19].

З іншого боку, вимушений характер вибачення демонструє бажання мовця підвищити власний статус. Так, у наступній репліці мовець використовує мовленнєвий акт вибачення, прагматичний ефект якого знижується за рахунок повідомлення, що мовець не розуміє, в чому полягає його провина:

Peter. (stiffly) *Mrs Wade – I'm sorry – I really don't see what I've done to upset you if what I said…* [20, с. 49]

Вибачення комбінується одночасно з виправданням і покладанням провини на слухача, що має на меті підвищити статус мовця:

Richard. *I'm sorry, I didn't mean to embarrass you. But you did ask me to tell you the simple truth* [27, с. 11].

Реалізуючи потребу у визнанні, мовець комбінує мовленнєвий акт вибачення з тактиками, що знижують його цінність, підвищуючи власний статус:

Keith. *I will say again, I'm very sorry I have kept you all waiting. I'm sorry you had to sit in a pub for two and a half hours, I'm deeply sorry that, as a result of all that, we are starting out holiday four hours late and I am sorrier still that we are having to lead this bloody boat in the pitch dark* – (June nearly drops something) – *Careful! – but it was not altogether my fault* [13, с. 2]. Як бачимо з прикладу, експресив *sorry* підсилюються за рахунок інтенсифікатора *very*, прислівника *deeply* та вищого ступеня порівняння самого експресиву *sorrier,* що сигналізують про намагання мовця повернути прихильність слухачів, проте тактика перекладання провини на інших осіб (*it was not altogether my fault*) свідчить про те, що мовець не є щирим.

У випадку, коли мовець повідомляє про часткове визнання своєї провини під тиском аргументів співрозмовника, знижується ефект від самого вибачення:

Larry. *Look at the way you reacted when I made a pass at you. Though I thought it was what you wanted.*

Elsie. *I thought I half did really*. *I'm sorry* [29, с. 15].

У персонажному мовленні має місце комбінація тактики вибачення з тактикою критики слухача:

Cherry. *All right, go! I'm sorry, but if only you weren't so damned dishonest!* [19, с. 15].

Вживання перформативного дієслова *apologize*, що використовується в офіційній ситуації спілкування, є досить рідкісним явищем у сучасних британських п'єсах:

Fellamy. *I apologize for losing my temper* [23, с. 42]. Зазвичай це має місце у ситуації спілкування сторонніх осіб:

Stacey. *I apologize, Inspector. It was very silly of me dashing away like that without telling anyone. Obviously it gave you completely wrong impression* [21, с. 30]. У цьому випадку жінка, яка знаходиться під підозрою у скоєнні вбивства, використовує перформатив у розмові з інспектором поліції.

Вибачення з дієсловом *forgive* реалізується і у вигляді мовленнєвого акту директиву:

Commander. *Forgive me for saying so*, *but I was in here just now when you were talking to Rex* [26, с. 14].

У наступному прикладі тактика вибачення комбінується з тактикою прохання, коли мовленнєвий акт реквестиву з дієсловом *forgive* підсилює мовленнєвий акт вибачення з експресивом *sorry*

Dickon. *I'm sorry I've upset you. Will you forgive me?* [23, с. 23].

Отже, дослідження висловлення вибачення у мовленні персонажів сучасної британської драми дозволяє зробити **висновок**, що відповідна тактика демонструє позитивне ставлення мовця до слухача, зміцнює статус останнього та сприяє кооперативному перебігу інтеракції. Мовленнєві акти, що реалізують вибачення, включають експресив *sorry*, що підсилюється завдяки повторам, інтенсифікаторам, прислівникам, можуть бути ініціальними й стосуватися подій у минулому, реактивними та проспективними. Тактика вибачення не обмежується відповідним мовленнєвим актом та включає самоосуд мовця, критику ним власної поведінки, повідомлення про ненавмисний характер нанесеної образи, виправдання, пояснення власних мотивів та дій, що підсилює ефективність тактики та свідчить про щирість намірів мовця. Водночас у персонажному мовленні тактика вибачення може комбінуватись із тактикою покладання провини на слухача, його критикою, частковим визнанням власної провини, що знижує ефективність вибачення та свідчить про нещирість намірів.

Подальша **перспектива** розвідки пов'язана із вивченням персонажного мовлення британської драми з метою виявлення тактик та мовленнєвих актів, що сприяють зміцненню статусу слухача та відповідають вимогам максим принципу ввічливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Гловинская М.Я*. Семантика глаголов речи с точки зрения теории речевых актов / М.Я. Гловинская // Русский язык в его функционировании. – М., 1993. – С. 158-218. 2. *Остин Дж.Л*. Слово как действие /Дж.Л. Остин / Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. – М., 1986. – С. 22-129. 3. *Плетнева Е.А*. Извинение как социокультурно обусловленный коммуникативный феномен / Е.А. Плетнева // Вестник ВГУ, Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 2, (ч. 2). – С. 19–25. 4. Почепцов Г.Г. Прагматика предложения / Г.Г. Почепцов // Иванова И.П., Бурлакова В.В., Почепцов Г.Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1981. – С. 271-278. 5. *Пристли Дж. Б*. Опасный поворот : Пьесы /

Дж. Б. Пристли / Сост., предисл., коммент. М. В. Лагуновой. – М. : Высш. шк., 1989. – 205 с. 6. *Рабенко Т.Г.* Извинение: речевые тактики жанра и средства их языковой реализации / Т.Г. Рабенко // Гуманитарный вектор. – 2012. – № 4 (32). – С. 83–89. 7. *Ратмайр Р.* Прагматика извинения / Р. Ратмайр. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 272 с. 8. *Серль Дж.* Классификация иллокутивных актов / Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. – М., 1986. – С. 170–194. 9. *Сусов И.П.* Деятельность, сознание, дискурс и языковая система / И.П. Сусов // Языковое общение: процессы и единицы. – Калинин: КГУ, 1988. – С. 7-13. 10. *Трофимова Н.А.* Экспрессивные речевые акты в диалогическом дискурсе. Семантический, прагматический, грамматический анализ : Монография / Н.А. Трофимова. – СПб. : Изд-во ВВМ, 2008. – 376 с. 11. *Туфанова Ю.В.* Речевая ситуация извинения / Ю.В. Туфанова // Вестник ИГЛУ, Сер. Филология. – Иркутск, 2010. – Вып. 9. – С. 145–152. 12. *Формановская Н.И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М. : Русский язык, 2002. – 216 с. 13. *Ayckbourn A.* Way Upstream / Alan Ayckbourn. – L. : Samuel French, 1983. – 95 p. 14. *Bach K.* Speech acts and pragmatics / Kent Bach // Blackwell Guide to the philosophy of language / Eds. M. Devitt, R. Hanley. – Blackwell Publishing Ltd, 2006. – P. 147-167. 15. *Benfield D.* In for the Kill / Derek Benfield. – L. : Samuel French, 1981. – 88 p. 16. *Browne F.* The Family Dance / Felicity Brown. – L : Samuel French, 1976. – 57 p. 17. *Clark B.* The Petition / Brian Clark. – Oxford : Amber Lane Press Ltd, 1986. – 63 p. 18. *Cohen A.D., Olshtain E., Rosenstein, D.S.* Advanced EFL apologies: What remains to be learned? International Journal of the Sociology of Language / Cohen A.D., Olshtain E., Rosenstein, D.S. – 1986. – 62 (6). – P. 51–74. 19. *Cowper T.* Caught in the Act / Trevor Cowper. – L.: Samuel French, 1982. – 58 p. 20. *Dryden E.* Harvest / Ellen Dryden. – L. : Samuel French, 1982. – 54 p. 21. *Durbridge F.* Gentle Hook / Francis Durbridge. – L. : Samuel French, 1975. – 80 p. 22. *Goffman E.* On Face-Work: an Analysis of Ritual Elements in Social Interaction / E. Goffman // Communication in Face-to-Face Interaction. – Harmondsworth : Penguin Books, 1972. – P. 5-46. 23. *Hastings Ch.* Soft September Air / Charlotte Hastings. – L. : Samuel French, 1979. – 71 p. 24. *Hoddinot D.* Hello and Goodbye / Derek Hoddinot. – L .: Samuel French, 1979. – 23 p. 25. *Leech G.* Principles of Pragmatics / G. Leech. – L., N.Y. : Longman Linguistic Library, 1983. – 250 p. 26. *Manktelow B.* Death Walked in / Bettine Manktelow. – L. : Samuel French, 1979. – 57 p. 27. *Vooght Ch.* Barbecue / Cherry Vooght. – L. : Samuel French, 1980. – 20 p. 28. *Walker D.* Kith and Kin / David Walker. – L. : Edward Arnold, 1981. – 79 p. 29. *Chown P.* The Long Noon / Patricia Chown. – L : Samuel French, 1984.– 19 p.

Борисенко Н.Д., к. филол. н., доц.,
Житомирский государственный университет имени Ивана Франко

ВЫСКАЗЫВАНИЯ ИЗВИНЕНИЯ В ДИСКУРСЕ БРИТАНСКОЙ ДРАМЫ: КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются высказывания извинения в речи персонажей британской драмы, раскрывается их прагматический эффект. Определяется специфика речевых актов извинения. Устанавливается роль извинения в предотвращении и улаживании конфликта.

Анализируются тактики персонажной речи, способствующие вербальному воплощению указанного явления.

Ключевые слова: *дискурс драмы, извинение, речевой акт, тактика.*

Borysenko N.D., PhD., Associate Professor,
Ivan Franko State University of Zhytomyr

EXPRESSIONS OF APOLOGY IN DISCOURSE OF BRITISH DRAMA: COMMUNICATIVE-PRAGMATIC ASPECT

The article deals with the expressions of apology in the speech of Modern British Drama Personages, reveals their pragmatic effect. The specific character of apology as a speech act is singled out. The role of apology in preventing and solving the conflict is specified. The tactics of personages' speech facilitating the verbal implementation of the phenomenon in question are analyzed.

Key words: *drama discourse, apology, speech act, tactics.*

УДК 811.11'367.335

Боцман А.В., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІНДОЄВРОПЕЙСЬКІ ТА СПІЛЬНОГЕРМАНСЬКІ КОРЕНІ ПРЕТЕРИТО-ПРЕЗЕНТНИХ ДІЄСЛІВ

Стаття пов'язана з проблемою виокремлення індоєвропейських та спільногерманських коренів у групі претерито-презентних дієслів. Об'єктами для класичного порівняльно-історичного аналізу слугують давньоіндійська, грецька, латинська, давньослов'янська, литовська мови, а також східно- (готська), північно- (давньоісландська) та західно- (давньоверхньонімецька, давньосаксонська, давньоанглійська) германські мови. Аналіз здійснюється не лише на фонологічному, але й на морфологічному та семантичному рівнях, що дозволяє виявити латентні спільні характеристики архаїчних коренів, які були затемнені у процесі історичного розвитку і відокремлення германської мовної групи від індоєвропейської спільноти.

Ключові слова: *претерито-презентні дієслова, пересування приголосних, чергування голосних, дієслівна семантика, семантика дієслівних похідних.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Існування у межах германських мов доволі незначної групи, яка сформована претерито-презентними (а фактично модальними) дієсловами (14 слів) у кордонах германських мов є досить цікавим явищем саме по собі. До цього класу належить група своєрідних германських дієслів, які виражають теперішній час формою сильного минулого часу. Форм теперішнього часу вони не мають зовсім, зате утворюють вторинні форми минулого часу за типом слабких дієслів. Вторинними є також

форми інфінітива і дієприкметника теперішнього і минулого часів. Цей тип дієслів зустрічається і в інших давніх індоєвропейських мовах. Значення теперішнього часу вони виражають формою перфекта; точніше кажучи, вони виражають результат дії, яка відбулася в минулому. Сюди належать такі дієслова, як лат. *memīnī* "*пам'ятаю*", *ōdī* "*ненавиджу*", гр. *Οἶδα* "*знаю*", *μέμονα* "*пам'ятаю*", д. інд.*vēda* "*знаю*", д.слов. *ВѢДѢ* (за формою – оптатив префекта). Але безпосередніх етимологічних паралелей між германськими дієсловами цього типу і дієсловами інших індоєвропейських мов немає, за винятком готського дієслова *witan* і, можливо, *munan* [Задорожний 1960, с. 274-275]. З одного боку, ця дієслівна група була вже виокремлена в готській мові, яку можна вважати найдавнішим фактом писемної фіксації цих дієслів у германських мовах. З іншого боку, у процесі свого розвитку ці дієслова поступово втрачали свою самостійність і підпадали під процес граматикалізації з наступним формуванням аналітичних дієслівних форматів, які утворили граматичні форми часу і способу.

Постановка завдання (цілі статті). Виявлення спільних прадавніх коренів у системі індоєвропейських і германських претерито-презентних дієслів є основним завданням цієї статті. **Актуальність** дослідження полягає у тому, що екскавація прадавніх коренів певних лексико-граматичних груп у межах індоєвропейської мовної родини залишається доволі складним завданням, що потребує не лише інтегрованого аналізу, але також реконструкції мовних паралелей. **Наукова новизна** наданого матеріалу полягає у тому, що здійснюється спроба зняти нашарування, які наклалися на прадавні корені ("замулили" їх) претерито-презентних дієслів у процесі відокремлення германських мов від індоєвропейської мовної родини. **Об'єктом дослідження** є германські претерито-презентні дієслова, а також споріднені об'єкти з інших давніх і сучасних індоєвропейських мов. **Предметом дослідження** є пошук і відтворення спільних протокоренів претерито-презентних дієслів та їх дериватів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення германських претерито-презентних дієслів характеризується усталеною ізольованістю традиційних сегментованих напрямів. Так, фундаментальне вивчення цього дієслівного кластера у готській мові обмежується зануренням лише у морфологію [Задорожний 1960, с. 274-289], або намаганням висунути на перший план парадигми кон'югації [Гухман 1958, с. 165]. Спроби співставити претерито-презентні дієслова з відповідними рядами аблаута (квалітативною та квантитативною апофоніями) сильних дієслів мали суперечливий характер [Wright 1981, с. 163]. Наголошувалося на тому факті, що протягом всієї історії германських мов відбувається процес розвитку класу модальних дієслів, їх часткової десементизації та розвитку їх системних функцій [Ярцева1977, с. 270]. Намагання упорядковувати готські претерито-презентні дієслова у межах відповідних апофонічних рядів дозволило зробити припущення про поступовий, градуальний характер відмежування (десквамації) цієї дієслівної групи від сильних германських дієслів [Боцман 2012, с. 64]. Але підкреслювалося, що специфікою індоєвропейського дієслова в традиційному уявленні була максимальна нейтральність та гнучкість кореня, багатство і чіткість дієслівних форм, високорозвинена система дієслів у цілому [Гухман 1940, с. 75]. Втім, претерито-презентні дієслова, які міцно вплетені в індоєвропейську мовну канву, можуть слугувати тим беззаперечним за

своєю цінністю ілюстративним матеріалом, що унаочнює прадавні процеси розвитку індоєвропейської мовної системи, особливо щодо процесів відгалуження германських мов від свого прадавнього фундаменту.

Виклад основного матеріалу. За даними дослідників германської лексики [Feist 1924, с. 88; Braun 1922, с. 35-36; Kluge 1913, с. 45-47], близько двох третин германських коренів – індоєвропейського походження. Для виявлення і аналізу коренів претерито-презентних дієслів на предмет індоєвропейських рефлексій доцільніше аналізувати кожне дієслово окремо, починаючи з 1. *witan* "*знати*", яке доречно порівняти з гр. *εἰδώs*<**Fεἰδώs* "*знаючий*" і *un-wiss*<ідє. **ṇ-wid-tós* "*непевний*", а також з гр. *ἀ-iϭ-τos*<**ṇ*<*wid-tós* "*невідомий*". Це дієслово має етимологічні паралелі в усіх давньогерманських мовах, готському *wait* "*знаю*" відповідає д.в.нім. *weiz*, д.сакс. *wēt*, д.англ. *wát*, д.ісл. *veit*. В інших індоєвропейських мовах це дієслово теж не має форм теперішнього часу, а експлуатує у цьому часовому значені форму перфекта. Готському *wait* відповідає гр. *Foῖδα*, д.інд. *vēda*, слов. *ВѢДѢ* (оптатив перфекта) "*знаю*". А основне значення цього кореня "*бачити*", пор. гр. *εἴδω*, лат. *video* «*бачу*», слов. *ВИЖДѪ*. Відповідно, значення готського *wait*, гр. *Foῖδα* результативне: «*Я побачив, тому знаю*». Той факт, що дієслово *wait* є формою давнього префекта, підтверджується структурами кореня і закінчення. У корені цього дієслова міститься дифтонг *ai*<ідэ. *oi*, що чергується з *-i-* (нульовий ступінь) у формах множини. Голосний ідє. *-o*-* притаманний формам префекта, тоді як ідє. *-e-* властивий кореню теперішнього часу.

Мова	Теперішній час	Перфект	
		Однина	Множина
ідє.	**weid-*	**woid-*	**wid-*
гр.	*(F)εἰδω*	*(F)οῖδα*	*(F)ιδ-μεν*
д.інд.	-	*vḗd-a*	*vid-má*
слов.	*ВИЖДѪ*	*ВѢД-Ѣ*	-
гот.	*in-weit-a*	*wait*	*wit-um*

Чергування голосних в корені перфекта (нормативний ступінь **-oi-*: нульовий ступінь **-i-*) пов'язане з різним наголосом в однині та множині, що зберігається в давньоіндійській мові: *vḗda*, але *vidmá*. В грецькій формі *Fιδ-μεν* наголошення кореня вторинне. Ця специфіка акцентуації може пояснитися атематичним характером відміни індоєвропейського перфекта.

Також і закінчення цього дієслова – це давні закінчення перфекта:

Однина 1.	гот. *wait*	гр.*Foῖδ*-α	д.інд.*vḗd-a*
Однина 2.	*waist*	*Foῖδ-υα*	*vḗt-tha*
Однина 3.	*wait*	*Foῖδ*-ε	*vḗd-a*
Множина 1.	*witum*	*Fιδ*-μεν	*vid-má*

В усіх інших давньогерманських мовах це дієслово кон'югується так само, як в готській мові:

	гот.	д.в.нім.	д.англ.	д.ісл.
Однина 1.	*wait*	*weiz*	*wát*	*veit*
Однина 2.	*waist*	*weist*	*wást*	*veist*
Однина 3.	*witum*	*wizzum*	*witon*	*vitom*

Відсутність закінчень у першій і третій особі однини пояснюється дією законів кінця слова.

Необхідно звернути увагу на форму другої особи однини. Закінчення цієї форми є герм *-t*<ідє.*-tha*. Рефлексом ідє. *th* повинно бути герм. *Þ*, але замість цього тут спостерігається *t* за аналогією до таких випадків, коли перед ним знаходиться глухий спірант (*gadars-t, Þarf-t*). Відповідно до законів германської фонетики **wait-t* повинно було дати **waiss*, подібно як і в минулому часі **wit-dō-m* - дало гот. *wiss-sa*. Але закінчення *t* було відтворене за аналогією до форми типу *nam-t, gaf-t, bar-t, þarf-t*. Форма минулого часу *wissa* теж спільногерманська (д.в.нім. *wissa*, д.сакс. *wissa*, д.англ. *wisse*, д.ісл. *vissa*). Це дієслово ілюструє германо-кельтські мовні аналогії. У кельтських мовах група *d+t* перейшла в *ss*: д.ірл. *fiss* "*знання*" <інє.**wid-tós*, пор.гот. *wiss* "*знаний*". Індоєвропейський дифтонг *ei* втрачає свою дифтонгальну характеристику і монофтонгозується в германських мовах (як і в слов'янських і латинській), переходячи в *ī*(*ei*>*ij*>*ī*): гот. *Wetwōþs "свідок*": гр. *ειδώς*[<**weidw-*] "*знаючий*".

Перехід ідє. голосних *o,a* в германське *a* призвело до того, що з чотирьох ідє. дифтонгів утворилося два германських: ідє. (*oi, ai*)>герм. *ai*; ідє. (*ou, au*)> герм. *au*. Трансформація ідє. *oi*>герм.*ai* простежується на прикладах: гот. *wait*, д.в.нім. *weiȝ*, д.сакс. *wēt*, д.англ. *wát* "*знаю*": гр. (*F*)*οἶδα*, д.інд. *vēda*, слов. *ВѢДѢ* [д.інд. *ē*, слов. *Ѣoi*].

Претерито-презентне дієслово *witan* демонструє характеристики германських приголосних, зокрема сонорного напівголосного [*w*] – білабіальний дзвінкий приголосний, а точніше, нескладотворний голосний *u*, що може стояти на початку слова перед голосними: wait "*знаю*". Однією з характерних рис системи германських приголосних було їх подвоєння (гемінація), що призвело до утворення довгих приголосних. Гемінація може відбуватися як результат доісторичної еволюції груп *t+t, t+d*, напр. гот. *wissa* "*я знав*"<**wit-d-*, що схематизується як *t,þ,ð,d+t,d>ss*. В багатьох випадках в морфології і словотворенні замість *ss* стоїть *st* (можливо, що під впливом аналогії): гот. *waist* "*знаєш*": *wait* "*знаю*" [*t+t*], але пор. *wissa* "*знав*" [*t+ð*].

У готській мові було поширене чергування приголосних, яке виникло як результат комбінаторних змін. З історичної точки зору треба відокремлювати випадки, коли первісними приголосними були *þ* або *t*, напр.: *witan* (з первісним *t*): *waist* (з *s*, яке виникло з *t* перед *t*). З точки зору готської системи приголосних це розрізнення істотне, бо тут відбулися різні переміщення в системі приголосних в результаті зникнення граматичного чергування. З подвоєних приголосних в готській мові найчастіше зустрічається *ss*: *wissa* "*знав*". Необхідно наголосити на існуванні активного дієприкметника *wetwoþs* "*свідок*" від *witan* "*знати*"; від цього дієслова походить також *un-wiss* "*непевний*, *невідомий"* [гр. *ἄ-ιτος*], що є дієприкметником минулого часу і дуже архаїчним утворенням. Щодо дієслівної природи цього слова, то воно належить до третьої слабкої кон'югації (що об'єднує слова вербального походження);

переважно вони перехідні та мають дуративне, а в окремих випадках фреквентативне, значення: *witan* (мин. час *witaida*) "*спостерігати*". пор. лат. *vidēre*; слов. *ВИДѢТИ* від *witan* (1-ша особа *wait* "*знати*"). На останнє необхідно зауважити, що германська третя слабка кон'югація відповідає латинській другій кон'югації, як це видно з порівняння гот. *witan*: лат. *vidēre*. З точки зору індоєвропейської порівняльної морфології ці дієслова належать до типу основ на **-ēi-* та *-ē-*; пор. лат. *vidēre*, д.слов. *ВИДѢ-ТИ*, гр. *ειδή-σω* "*буду знати*", д.в.нім. *gi-wizzē-t* "*він спостерігає*". Через це виникає питання, чи притаманне цій відміні гот. *-ai-* не являє собою якогось рефлексу ідє.**ē*.

Форми бажального способу теперішнього часу, а також усі вторинні форми (інфінітив, дієприкметники і форми минулого часу) утворюються від кореня множини дійсного способу. Так, від кореня *wit-um* утворені *wit-an, wit-ands, wis-sa*. Розглядаючи порушену проблему, необхідно врахувати, що претерито-презентні дієслова глибоко увійшли в систему германського словника. Паралельно з претерито-презентним дієсловом *witan* існує сильне готське дієслово *witan*, а також архаічні дієприкметники *weitwōþs* і *un-wiss*, слабкі дієслова *fairwetjan* "*глядіти*", *witan* "*спостерігати*" (пор. лат. *vidēre*).

2. *lais* "*я знаю*" (Phil. 4, 12). Це дієслово збереглося лише в цій формі. Від даного кореня утворений загальногерманський каузатив гот. *Laisjan* "*вчений*" та іменник *lists* "*хитрість*". В усіх інших давньогерманських мовах *list* означає "*розум*, *знання*, *хитрість*". Необхідно зазначити, що слабкі дієслова можуть мати спільний корінь з претерито-презентними. У цьому випадку спостерігається граматичне чергування: гот. *lais* "*я знаю*": *laisjan* "*вчити*"; д.в.нім. *lēren*, д.сакс. *lērian*, д.англ. *læran*. Якщо взяти до уваги структуру претерито-презентних дієслів, то стає зрозумілим, чому кореневий голосний *i* основного дієслова (*lais*) і похідного (*laisjan*) один і той же.

3. *daug* "*підходить*". Це дієслово зафіксоване і в інших давньогерманських мовах: д.в.нім. *toug*, д.сакс. *dōg*, д.англ. *déag*.

4. *kunnan* "*знати*". Привертають увагу форми минулого часу *kunþa* та дієприкметника *kunþs*. Ці форми спостерігаються в усіх германських мовах: д.в.нім. *kunda*(*konda*), *kund* (*d<þ*), д.англ. *cúþe, cúþ*, д.ісл. *kunna*(*nn<nþ*). Ця спільногерманська форма з формотворним суфіксом *þ* замість звичайного *ð* (пор.гот. *munda*) може допомогти пояснити походження германського слабкого претерита. Ця форма є вторинною, хоча і доволі архаічною. За законом Вернера герм. *Þ* могло знаходитися лише після первісного наголошеного кореневого складу (ідє. **ĝn-tō-m*), який через свою наголошеність не міг перебувати в нульовому апофонічному ступені (відповідно, первісно було або **ĝén/ĝón-təm,* або **ĝn-tóm*). Вторинне пересування наголосу (з суфікса на корінь) відоме і в інших індоєвропейських мовах; пор. д.інд. *vid-má* с первісним наголошенням суфікса та гр. *Fiδ-μεν* з вторинним наголошенням кореня в нульовому ступені.

Це претерито-презентне дієслово є зразком мов "кентум", якими говорять на периферії індоєвропейської мовної території, ідє. палатальне **ĝ* збігається в мовах "кетум" з *g*, а в мовах "сатем" переходить в спіранти *z,ž* або африкату [*dʒ*] (в залежності від мови): гр. *γι-γνώσχω* [*γ<g,ĝ*] "*пізнаю*", лат. (*g*)*nōsco*, гот. *kann*[*k<g, ĝ*] "*знаю*", але слов. *ЗНАТИ*, лит. *žinóti*, д.інд. *jānáti* "*він знає*". Готські сонорні носові

/n/, /ŋ/ зустрічаються в усіх позиціях в слові, а *n* має тенденцію до подвоєння: *kann* "*знаю*", що є прикладом гемінації сонорних.

Слабкі дієслова можуть мати спільний корінь з претерито-презентними, демонструючи наявне граматичне чергування: гот. *kann* "*знаю*": *kannjan* "*оголошувати*"; д.в.нім. *kann*: - *kennen*; д.сакс. *kann:* - *kennian*; д.англ. *cǫn*: *cennan*.

Слабкі дієслова утворюють форми минулого часу за допомогою дентального суфікса *-ð-* (ідє. **-t-*) із закінченнями, які в однині дійсного способу дуже відрізняються від даних форм сильного претерита. Походження слабкого минулого часу досі остаточно не з'ясоване; беручи до уваги закінчення, можна зробити припущення, що германський слабкий минулий час – це індоєвропейський вторинний аорист, утворений від дентальної основи дієприкметника перфекта типу лат. *ama-tu-s, mo-ni-tu-s* (ідє. **-to-*). На користь такого припущення свідчить те, що готські дієслова четвертої слабкої кон'югації дійсно утворені переважно від форми сильного дієприкметника минулого часу [Kluge 1913, с. 167-169; Прокош 1954, с. 204-211]. Підтверджує це і той факт, що минулий час від претерито-презентного дієслова утворюється за допомогою суфікса *-þ-*: гот. *kann*: мин. час *kunþa* (д.англ. *cúþe*"*я знаю*"). Це – загальногермаське явище, як видно з порівняння гот. *kunþa*, д.в.нім. *konda*(*d<þ*), д.сакс. (дієприкметник минулого часу) *kūð*(*ð=þ*), д.англ. *cúþe*, д.ісл. *kunna*(*nn<nþ*). З цього виходить, що германський суфікс слабкого претерита *-ð-* не може походити з індоєвропейського **dh* і не може мати нічого спільного з індоєвропейським дієслівним коренем **dhō/dhē*. Чергування *kun-þ-a: sōki-d-a* (пор. *Munda* "*я пам'ятав*") свідчить про те, що індоєвропейским прототипом цього суфікса було *-*t-*, яке за законом Вернера розщепилося на два германські приголосні: *þ* і *ð*. Наявність цього чергування свідчить про різницю в наголошенні форм минулого цих дієслів: *kunþa<*gn̥-tō-m, sōkida<*sāg-i-tṓ-m*. Германський претеритальний суфікс звучав, за теорією Клуге (в індоєвропейському оформленні), так: **tō: *tē: tə*. Готський варіант цього суфікса *-dēd-* (*sat-i-ded-um*) Клуге пояснює таким чином: тут треба виходити від форми другої особи множини, яка первісно звучала **sat-i-ðēð*. Вона вторинно отримала закінчення перфекта *-uþ* (напр. *bēr-uþ*): *sat-i-dēd-uþ*. Згодом це *–dēd-* поширилося за аналогією і на інші форми. Нагромадження різних суфіксів (закінчень), які мають одне і те ж значення, добре відоме. Так, до д.англ. *sind* "*вони є*" додається закінчення *-on*: *sindon,* за аналогією до *cunnon* "*вони знають*". Подібно до слабких дієслів, що утворюють дієприкметник за допомогою ідє. **tō*>герм. **-ða-*, *kunnan* утворює архаїчний дієприкметник минулого часу *kunþs* "*відомий*". Похідні цього дієслова демонструють дуративне значення: *uf-kunnan* (мин. час *-kunnaida*) "*пізнавати*" від *kunnan* (1-ша особа *kanna*) "*знати*". Форма гот. *kunþa* є збереженим рефлексом виняткових форм. Аналогічно до *kunþa* утворює минулий час не збережене (не зафіксоване) в готській мові претерито-презентне дієслово: д.в.нім. *an: onda*, д.англ. *an: úþe*, д.ісл.*ann: unna* (герм. **an-: *un-þo-m*) "*миливути*, *любити*", пор. гот. *ansts* "*ласка*" та нім. *Gunst*.

5. *þaúrban* "*потребувати*" має суфікс минулого часу *–ta*(*baúrfta*), який пояснюється позицією після *–f-*; герм. **þurb+ðō* мусило дати в готській мові *þaurfta*. Це дієслово засвідчене й в інших давньогерманських мовах: д.в.нім. *durfan*, д.сакс. *thurþan*, д.англ. *þurfan*, д.ісл. *þurfa*. Це дієслово засвідчує вживання приголосного *f* в

кінці слова: *þarf* "*потребує*", який в кінці слова і перед кінцевим *s* може чергуватися з *b*(=[*b,ƀ*]): *þarf*: *þaúrbum*. Підтверджується також, що перед *t* може стояти лише один із глухих спірантів *f,s,χ,χw*: *þarf* "*потребую*": *þarft* "*ти потребуєш*". Наявним є також чергування губних приголосних *b*: *f* (*b* після приголосного, *f* перед *t*) *þaúrban:þaúrita*. Відповідно до процесу пересування приголосних виходить, що в германській мові-основі неможливі були групи приголосних типу *pt, kt*. Ця риса системи приголосних збереглася і надалі, в історичну епоху германських мов. Це особливо важливо для груп "проривний (щілинний)" + *t* або *d*: *p, f, þ,b+t, d>ft*, гот. *Þaúrfta* "*я потребував*": гот. *Þaúrbum* "*ми потребуємо*" [*ft<b+ð*]. Щодо граматичного чергування, то воно зберігається в готській мові лише у випадках, які не утворюють жодної системи, зокрема у кон'югації: *þaf* "*я потребую*": *þaúrbum* "*ми потребуємо*" [*f:b<f:þ*]. Германська, у тому числі готська, дієвідміна зберігає лише окремі риси індоєвропейського перфекта. Індоєвропейська різниця в наголошенні між одниною індикатива минулого часу і множиною (в однині наголошений корінь, у множині - суфікс) не зберігається в германських мовах у зв'язку з фіксацією наголосу на першому (кореневому) складі дієслова. Однак рефлексом цього стану є, відповідно до закону Вернера, граматичне чергування (глухих спірантів з дзвінкими в кінці кореня) в тому разі, коли дієслівний корінь в індоєвропейській мові-основі мав у закінченні глухий приголосний або **s* (ідє. **wert/wort*, **wes/wos*). Готська мова не зберігає цього явища в системі сильної кон'югенції. Лише у двох претерито-презентних дієсловах це чергування зберіглося, зокрема, у *þarf*: *þaúrbum* (герм. *f:þ*).

Привертають до себе увагу архаїчні дієприкметники минулого часу: *þaurfts* "*необхідний*" від дієслова *þaúrban*. Як дієслово третьої слабкої кон'югації воно має тенденцію до формування попередніх дієслів з дуративним значенням: *ga-þarbansik* "*стримуватися*" від *þaúban* (1-ша особа *þarf*) "*потребувати*".

6. *ga-daúrsan* "*сміти, наважитися*". Стосовно морфології цього дієслова, то наявний суфікс *–ta* (*ga-daúrsta*) пояснюється, як і в попередньому дієслові (*þaúrfta*), позицією герм. **-ð-* після глухогого спіранта *s*. Це дієслово було зафіксоване і в інших давньогерманських мовах: д.в.нім*turran*, д.сакс., д.англ. *durran*. Індоєвропейський корінь цього дієслова (**dhers-*) зустрічається в інших індоєвропейських мовах: гр. *υρασύς* "*відвага*", д.інд. *dharšati* "*наважується"*, слов. *ДРѢЗNЖNТИ*, рос. *дерзкий*, укр. *дражнити*, (*коза-дереза*), чеське *drzký*.

Це дієслово є взірцем другого акту пересування приголосних. Розвиток індоєвропейських дзвінких проривних з приходом *bh, dh, gh* належить до другого акту германського пересування приголосних. Усі вони в германській мові-основі втратили придих і перейшли у дзвінкі щілинні того самого місця артикуляції, які в певних умовах знов стають дзвінкими проривними: ідє. *dh*> герм. *ð, d*, гот. *ga-dars* ,д.англ. *dearr* "*я смію*": д.інд. *dharšati* "*він сміє*", гр. *υέρσος*[*υ<dh*] "*відвага*", рос. *дерзкий*, чеськ. *drzký*, укр. *коза-дереза*.

7. *skulan* "*бути повинним*", його давній дієприкметник минулого часу звучить *skulds* "*винний*". Це дієслово було зафіксоване і в інших давньогерманських мовах: д.в.нім., д.сакс. *scolan*, д.англ. *sculan*, д.ісл. *skola*. В інших індоєвропейських мовах зафіксоване лит. *Skeliù* "*я винен*", *skolà* "*борг*". Це дієслово демонструє тенденції

індоєвропейського чергування голосних, яке мало місце також і в коренях інших частин мови (іменників, прикметників). В германських, як і в інших споріднених мовах, це чергування зберіглося лише в окремих реліктах; переважно воно зникло як результат тенденції до уніфікації різних варіантів кореня. Апофонічне чергування можна спостерігати теж і в коренях віддієслівних іменників і прикметників (ідє. *ol:σl*): гот. *Skal* "*я повинен*": *skula* "*боржник*". Це дієслово демонструє також специфіку щілинного дзвінкого приголосного, де *ð* (на письмі *d*) – дзвінкий міжзубний приголосний, який протиставляється глухому *þ*, проривному *d* та альвеолярному (постдентальному) *z*. Він може стояти лише в інтервокальній позиції. *Ð* може чергуватися з *d* і *t*: *skulda*[d] "*був винен*": *aihta*[t] "*мав*".

Мотивоване чергування готських приголосних задіяне у системі претерито-презентних дієслів. Найрозвиненішим є чергування зубних приголосних, вони чергуються за схемою: *ð:d; ð:þ; ð:a(z); ð:t*. У центрі цього чергування стоїть *ð*; з усіх наведених компонентів чергування (за винятком *z*) це найдавніший і обмеженіший в уживанні приголосний: він може стояти лише в середині слова між голосними: дієприкметник минулого часу *skulds* (з *d*, яке виникло з *ð* після *l*): *nasiþs* (з *þ,* яке виникло з *ð* після голосного перед кінцевим *s*): *mahts* (з *t*, яке виникло з *ð* після прагерманського *γ*). У наведених прикладах усі приголосні, які входять у чергування, виникли з прагерманського *ð*. Це дієслово в германській групі мов має чіткі етимологічні паралелі як щодо структури кореня, так і щодо специфіки кон'югації. Наприклад, форма другої особи однини індикатива цих дієслів утворюється в усіх германських мовах із закінченням *-t* (гот. *skalt*, д.в.нім. *skalt*, д.сакс. *scalt*,д.англ. *scealt*, д.ісл. *skalt*); як відомо, та сама форма сильних дієслів має в західногерманських мовах принципово інший характер.

8. *munan* "*думати*, *гадати*». Це дієслово відповідає д.сакс., д.англ. *munan*, д.ісл. *muna*. Індоєвропейський корінь цього дієслова (**men/mon: mьn:mn̥*) знаходиться в гр. *μέ-μον-α*, лат. *memoni:* "*пам'ятаю*". Ці дієслова, як і герм. *man*, являють собою форму перфекта із закінченням теперішнього часу. Крім того, пор. лит. *Menù* "*пам'ятаю*", слов. МЬN-БТИ "*думати*", ПА-МѦТЬ. Індоєвропейський голосний [ь], розвиваючись на германському ґрунті, переходить у [*u*] (ідє. *b*>герм. *u*): гот. *munan* "*думати*, *мислити*": лат. *man-ēre* "*залишатися*", гр. *ἐ-μάν-ην*, слов. *МЬN-ѢТИ*. Це дієслово демонструє дуративне значення: *munan* (мин. час *munaida*) "*пам'ятати*" від *munan* (1-ша особа *man*) "*думати*".

9. *ga-mōtan* "*мати місце*, *могти*". Це дієслово зафіксоване і в інших германських мовах: д.в.нім. *muozan* "*сміти*, *могти*, *муситн*", д.сакс., д.англ. *mōtan*. Форма **gamōst* реконструйована за зразком *waist*. Минулий час **ga-mōsta (gamostēdun)* відходить від *wissa*, але пор. *daúrsta*, а також *kaupasta* від *kaupatjan* "*бити по потилиці*".

10. *ōgan* "*боятися*". В інших давньогерманських мовах це претерито-презентне дієслово не зафіксоване. Лише в давньоісландській мові існує утворене від цього кореня рефлексивне дієслово *ó-ask* "*боятися*". Викликає певні труднощі реконструкція другої особи однини. Хоча на підставі фонетичного закону треба визнати форму **ōht* (герм. **γ+t>ht*), але наявність форми *megt* (від *megan*) змушує прийняти варіант **ōgt*. Форма наказового способу *ōgs* затемнена.

У готській мові існує ще специфічний тип чергування, що обумовлений специфічно готською дисиміляцією спірантів у ненаголошених складах. Якщо ненаголошений (некінцевий, середній) склад, в кінці якого стоїть який-небудь спірант, починається глухим приголосним, то цей спірант має бути дзвінким (*þ, ð, z*); коли ж склад починається дзвінким приголосним, то спірант має бути глухим (*f, þ, s*). У такий спосіб виникає характерне для готської мови чергування спірантів у ненаголешених складах, якого немає в жодній з германських мов (*z:s*): *hatiza* "*ненависть*": *agisa* "*страх*" (це форми давальних відмінків однини). Готський спірант *z* чергується з *s* у такий спосіб, що кінцевому *s* відповідає *z* в середині слова (*hatis: hatizis* "*ненависть*"), але є випадок, коли і в середині слова вживається *s* (*agis: agisis* "*страх*"). Закриту вимову мало *ō*, близьку до *u*. Про це свідчить написання *u* замість *ō*: *untēdum* (Мс. 11,32) замість *ōhtēdum* від *og* "*боятися*". На основі вивчення пізніших пам'яток готської мови, а саме текстів Євангелій Луки, Марка в Срібному кодексі, транскрипції готських слів в Алкуїнівському рукописі та запису Бусбека, можна прослідкувати розвиток готських голосних. Короткий голосний верхнього ряду *u* понижує свою артикуляцію та переходить в *o*. Перехід *u>o* відбувся доволі рано, про що свідчать тексти Євангелія від Луки. Аналогічна еволюція відбулася з *ō*. У вульфіліанському тексті вжито *ū* замість *ō*: *ūhtēdum* (Мс. II, 32) замість *ōhtēdum* "*злякалися*". Це дієслово пов'язують з шостим (*aōōa*) апофонічним рядом: *agan* "*боятися*". Слабкі дієслова можуть мати спільний корінь з претерито-презентними дієсловами, демонструючи граматичне чергування: гот. *Og* "*боюся*": гот. *ōgjan* "*лякати*". Від дієслова *ōg* утворено каузатив *ōgjan*. Паралельно з претерито-презентним *ōgan* існує в готській мові сильне дієслово **agan* (пор. дієприкметник *unagands* "*безстрашний*").

11. *magan* "*могти*". Корінь цього дієслова спостерігається в іменнику *mahts* "*сила*". Воно зафіксоване в усіх давньогерманських мовах: д.в.нім., д.сакс., д.англ. *magan*, д.ісл. *mega*. Крім того, пор. слов. *МОГЖ*, лит. *Magóti* "*бути корисним*", гр. *μηχανή* (дор. *μᾱχανᾱ*) "*знаряддя*". Деякі германісти [Holthausen 1934, с. 66; Heyne 1906, с. 719, 849] пов'язують етимологію цього слова з гот. *magaþ*, д.в.нім. *magad* "*дівчина*, *діва*" та з гот. *magust* "*хлопець*, *юнак*". Тоді первісне значення дієслова *mag* як давнього перфекта було б "*я виріс, став сильним*" (від первісного кореня герм. **meγ*). Необґрунтованість цієї теорії полягає у тому, що корінь **meγ*-<ідє. **megh* – невідомий у морфології індоєвропейських мов. Грецьке *μχανή* та омоніми *μῆχαρ* і *μῆχος* вказують на ідє. **māgh*-, варіантом якого може бути **magh- (*mogh-)* або *məgh*-, в готській мові *mag*, слов'янській – *МОГ-Ж*. Значення "*великий*" пов'язане з коренем **meg*-, пор.гр. *μέγας*, д.інд. *máha*- та гот. *mikils*, д.в.нім. *mihhil*. Ніщо не дає підстави для ототожнення думки з приводу цього питання [Menge-Güthling 1910, с. 374]. Щодо окремих форм слід звернути увагу на другу особу однини теперішнього часу *magt*. В усіх інших германських мовах у цій формі функціонує фонетично правильне *-h*-: д.нім., д.сакс. *maht*, д.англ. *meaht*. Форму *magt* пояснюють як вплив інших форм з *-g*: *mag, magum*. Але можливо, що *magt* пояснюється морфологічним принципом графіки і не відображає вимови. Тут можна вказати на аналогічні випадки в німецькій мові XVII-XVIII ст. (написання *gemügt, mogte, mögte* замість *mochte*) [Heyne 1906, с. 849].

Треба зауважити, що достеменно не відомо, якому звукові готської мови відповідає літера *g*. У формах минулого часу спостерігається закономірне *h*: *mahta*.

Як у готській мові, так і в скандинавських існувала тенденція до подвоєння в результаті асиміляції двох сусідніх приголосних. Ця тенденція зберігається в цих двох мовних групах з епохи германської мовної спільноти; вона особливо сильна в скандинавських мовах: д.ісл. *matta*: гот. *mahta* "*я міг*". Спостерігається перехід *g* перед *t* в *h* [*x*]; так виникає чергування *g:h: mag* "*я можу*": *mahta* "*я міг*", але *magt* "*ти можеш*". Індоєвропейські глухі проривні залишалися без змін в германській мовній спільності, зокрема приголосний *t* зберігається в германських мовах в групах ідє. *pt, kt*; тут пересувається лише перший компонент (*kt>xt*): гот. *mahts*, д.в.нім. *maht*: слов. *МОЩЬ*[*ЩЬ>kti*] "*сила*". Носовий приголосний *m* чергувався в індоєвропейській мові-основі зі складотворним *ṃ*. В германській мові-основі вони зберігаються повністю: гот. *mag* "*я можу*": слов. *МОГѢ* "*можу*".

Германський дзвінкий спірант *γ* мав тенденцію переходити в проривний *g*. Про рефлекс германського *γ* в готській мові не можна сказати нічого певного. Літера *g* виступає в усіх позиціях, не віддзеркалюючи ніякого чергування (за винятком типу *mag: mahta*), і тому може репрезентувати як спірант *γ* (або *χ*), так і проривний *g*. Для уникнення плутанини доречно дотримуватися погляду, що в готській мові германське *γ* в усіх позиціях перейшло в *g*. Це претерито-презентне дієслово ілюструє явище подвоєння приголосних, яке пов'язане з доісторичною еволюцією груп *t+t, t+d* (*k, χ,γ, g + t, d>χt*): гот. *mahta* "*міг*": *mag* "*можу*" [γ+ð]. Цікавим винятком є гот *magt* "*ти можеш*", пор. д.англ. *meaht*, д.в.нім. *maht*. Готська мова демонструє явище чергування приголосних у цьому дієслові (*g>h*): *mag* "*можу*": *mahta* "*міг*". Але можливості чергування задньопіднебінних приголосних є найобмеженнішими: *g:h*[*χ*] (*χ* виникло з *g* перед *t*): *magan*: *mahta*.

12. *aigan, aihan* "*мати*". Це дієслово загальногерманське: д.в.нім. *eigan* (в дійсному способі вживалося лише в множині *eigum*), д.сакс. *ēgan* (зафіксована лише форма множини), д.англ. *ágan*, д.ісл. *eiga*. Для цього дієслова властиве коливання між кореневими *h* та *g*, це давнє граматичне чергування (*χ:γ*). Давньоанглійська та давньоісландська мови зберігають у цьому дієслові граматичне чергування: гот. *a* і *h*: *aigum*; д.англ. *áh*: *ágon*; д.ісл. *á*: *eigom*. Форму минулого часу *aihta* можна інтерпретувати як **aiγ+ðōm*. Це дієслово зберігає граматичне чергування у дієвідміні: *aih* "*я маю*": *aigum* "*ми маємо*" [*h:g<χ:γ*], яке спостерігається лише у двох претерито-презентних дієслів (5 і 12). Дієприкметник минулого часу має в системі перехідних дієслів пасивне значення. Ця форма утворюється в сильній дієвідміні за допомогою суфікса ***-ana*<ідє.*-ono*. Але у північногерманських мовах суфіксом цієї форма є **-ina*-(<ідє. -**eno*-) замість -**ana*-. У готській мові лише декілька давніх дієприкметників, відірваних від системи дієслова, зберігають цей суфікс: *aigih* "*майно*" від *aih* "*маю*".

13. *ga-nah* "*вистачає"*. З інших германських мов пор. д.в.нім. *gi-nah*, д.англ. *be-, ge-neah* "*вистачає*".

14. *wiljan* "*хотіти*". Готській відміні дієслова *wiljan* у теперішньому часі майже повністю відповідає кон'юктив (давній оптатив) латинського дієслова *velle* "*хотіти*":

	гот.		лат.
Однина:	1.*wiljau*	Однина:	1.*velim*
	2.*wileis*		2.*velīs*
	3.*wili*		3.*velit*
Множина:	1.*wileima*	Множина:	1.*velīmus*
	2.*wileiþ*		2.*velitis*
	3.*wileina*		3.*velint*

Короткий голосний [*i*] може знаходитися в усіх складах слова (наголошеному, ненаголошеному, початковому, кінцевому). Цей голосний дуже характерний для готського вокалізму, особливо в ненаголошених складах: *wili* "*він хоче*". Вже в епоху германської мовної спільності зникли в самому кінці слова приголосні, що відповідали індоєвропейським *t, d*, а також носові *n, m*: гот. *wili*: лат. *velit* "*хоче*". У вторинно відкритому кінцевому складі зберігаються довгі голосні, якщо після них зник носовий приголосний; наприклад, перед зубним (*i*>*ī*): гот. *wili* "*він хоче*", пор. лат. *velit*< **velīt*, але гот. *wileis* "*ти хочеш*". Це дієслово є реліктовим прикладом збереження германського дифтонга *au* в ненаголошеному складі: *wiljau* "*хочу*".

Висновки та перспективи подальших розвідок. Із наведеного аналізу мовного матеріалу видно, що всі претерито-презентні дієслова як окремий тип виникли і сформувалися в епоху германської мови-основи. Окремі дієслова мають чітко виражені етимологічні зв'язки з іншими індоєвропейськими (романськими, слов'янськими, балтійськими) мовами (*witan, kunnan, ga-daúrsan, munan, wiljan*), дієслово *skulan* має затемнений відповідник у литовській мові, тоді як решта дієслів (*lais, daug, þaúrban, ga-mōtan, aigan, ga-nah*) були пов'язані лише з германським мовним ареалом. Залучення грецького мовного матеріалу дозволяє прослідкувати усі фонетичні та граматичні (морфологічні) процеси, які мали місце на шляху поступового формування германських претерито-презентних дієслів. Серед них виявлені як індоєвропейські корені, так і суто германські інновації, що у сукупності і сформували цей «гібридний» дієслівний клас. Перспективним і доречним виглядає подальше дослідження цих об'єктів на синтаксичному рівні, з урахуванням усіх можливих конотацій реченнєвих структур.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боцман А.В. Особливості походження готських претеріто-презентних дієслів / А.В. Боцман // Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. пр. – Вип. 28. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2012. – С.59-76. 2. *Гухман М.М.* Готский язык / М.М. Гухман. – М.: Изд-во литры на иностр. языках, 1958. – 289с. 3. *Гухман М.М.* Происхождение строя готского глагола / М.М. Гухман. – М.: Изд-во АНСССР, 1940. – 154 с. 4. *Задорожний Б.М.* Порівняльна фонетика і морфологія готської мови / Б.М. Задорожний. – Львів: Вид-во Львівськ. Ун-ту, 1960. – 289 с. 5. *Ярцева В.Н.* Историко-типологическая морфология германских языков. Категория глагола / В.Н. Ярцева. – М.: Наука, 1977. – 296 с. 6. *Braun F.* Die Urbevölkerung Europas und die Herkunft der Germanen / F. Braun. – Berlin: Halle a.d. Saale, 1922. – 278 S. 7. *Feist S.* Indogermanen und Germamem / S. Feist. – Berlin: Halle a.d. Saale, 1924. – 348 S. 8. *Heyne M.* Deutsches Wörterbuch /

M. Heyne. – Berlin: Halle, 1906. – 1298 S. 9. *Holthausen F*. Gotisches etymologisches Wörterbuch / F. Holthausen. – Berlin: Halle a.d. Saale, 1934. – 1376 S. 10. *Kluge F*. Urgermanisch / F. Kluge. – Strassburg: Halle, 1913. – 348 S. 11. *Menge-Güthling W*. Griechisch-deutsches und deutsch-griechischesWörterbuch / W. Menge-Güthling. – Berlin: Hallaa.d. Saale, 1910. – 989 S. 12. *Wright J*. Grammar of the Gothic language and the gospel of St. Mark selections from the other gospels and the second epistle to Timothy with notes and glossary / J. Wright. – Oxford: he Clarendon Press, 1981. – 384 p.

Боцман А.В., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ИНДОЕВРОПЕЙСКИЕ И ОБЩЕГЕРМАНСКИЕ КОРНИ ПРЕТЕРИТО-ПРЕЗЕНТНЫХ ГЛАГОЛОВ

Статья связана с проблемой вычленения индоевропейских и общегерманских корней в группе претерито-презентных глаголов. Объектами для классического сравнительно-исторического анализа служат древнеиндийский, греческий, латинский, древнеславянский, литовский языки, а также восточно- (готский), северо- (древнеисландский) и западно- (древневерхненемецкий, древнесаксонский, древнеанглийский) германские языки. Анализ осуществляется не только на фонологическом, но и на морфологическом и семантическом уровнях, что позволяет выявить латентные общие характеристики архаических корней, которые были затемнены в процессе исторического развития и ответвления германской языковой группы от индоевропейской общности.

Ключевые слова: *претерито-презентные глаголы, передвижение согласных, чередование гласных, глагольная семантика, семантика глагольных дериватов.*

Botsman A.V., PhD., Associate Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

INDO-EUROPEAN AND COMMON GERMANIC ROOTS OF PRETERITE-PRESENT VERBS

The article is connected with the problem of distinguishing the Indo-European and Common Germanic roots within the preterite-present verb group. Different objects were involved into classical comparative-historical analysis such as: the Old Indian, Greek, Latin, Old Slavonic, Lithuanian languages; and also the East (Gothic), North (Old Icelandic) and West (Old High German, Old Saxon, Old English) Germanic Languages. The analysis is realized not just on the phonological level but also on the morphological and semantic ones. This way of investigation helps us to reveal common characteristics of archaic roots which obscured in the process of language historical development and the Germanic language group separation from the Indo-European language family.

Key words: *preterite-present verbs, consonant shift, vowel interchange, verb semantics, verb derivative semantics.*

УДК 811.133.1'316.7:159.923

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

ГРАМАТИКА І СЕМАНТИКА ІДЕНТИЧНОСТІ У ФРАНЦУЗЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Статтю присвячено дослідженню проблем ідентичності у французькій лінгвокультурі на матеріалі наукового дискурсу, зокрема встановленню основних семантичних компонентів цього поняття та тенденцій їх розвитку. Окреслено структурно-граматичні особливості ідентифікації засобами французької мови.

Ключові слова: *ідентичність, французька мова, франкофонний ареал, семантика, граматика.*

Проблема ідентичності особливо гостро постала у західноєвропейській суспільній думці, зокрема на теренах сучасної Франції, у другій половині XX ст. у зв'язку з новими реаліями, викликаними до життя складними суспільно-політичними, економічними, технологічними, культурними процесами. Незважаючи на довгу історичну традицію, зауважує І. Мені, проблема ідентичності є, можливо, однією з найважливіших у сучасну добу [Mény 1981, с. 6]. К. Леві-Строс зауважує, що тема ідентичності знаходиться не на одному перехресті наук, а на багатьох [L'identité 2010, с. 9]. Такий інтерес до проблем ідентичності і відповідних процесів ідентифікації та самоідентифікації пов'язано з питаннями адаптації, інтеграції, акультурації, інтеркультурації, які гостро постали в результаті складної динаміки міграційних процесів, професійної, освітньої мобільності тощо. Ці питання розглядають у своїх працях П. Рікер, Д. Беррі, К. Сабатьє, Г. Теджфел, Д. Тернер, К. Камійрі, К. Дюбар, А. Мансо, П. Дену, А. Малевська-Пейр, Е. Ліпьянскі, І. Табода-Леонетті, Ф. Пьєр, А. Васкез, П. Дазен, А.-М. Тієсс, М. Детьєн, Л. Боньє, П. Шародо та ін. Так, П. Шародо посилається на власний досвід усвідомлення важливості поняття ідентичності, коли у 80-і рр., беручи участь у роботі міжнародної робочої групи з питань викладання французької мови, він поцікавився, чому запрошено лише британських, німецьких і французьких викладачів, але немає іспанських, італійських і португальських колег. Його вразила відповідь: « parce que vous les Français, vous représentez toutez la latinité». З цього дня, зауважує вчений, «s'est opérée en moins une prise de conscience : après tout, nous ne sommes peut-être que ce que l'autre dit que nous sommes» [Charaudeau 2005]. Зважаючи на актуальність, новизну, теоретико-прикладну значущість проблеми ідентичності, **метою** нашої розвідки ми обрали дослідження та визначення основних семантичних складових цього поняття у французькій науковій думці через призму відповідної лінгвокультури та у рамках можливостей граматики французької мови.

Семантизація та ресемантизація поняття ідентичності в суспільних науках і суспільній думці сучасного франкофонного ареалу виявляються передусім у його детальній аспектуалізації. Так, дослідники виокремлюють культурну, національну, політичну, соціальну, гендерну, індивідуальну, професійну, колективну, європейську,

спільнотну, множинну (плюралістичну), регіональну, міжкультурну ідентичність, ідентичність на підприємстві, в адміністрації, ідентичність прихильників політичних рухів тощо, які виділяють численні дослідники. Така аспектуалізація поняття ідентичності з прив'язкою до різних сфер і аспектів життєдіяльності суспільства показує також зміни в семантичному наповненні самого поняття, у розширенні його семантичного поля. Так, наприклад, у новому соціополітичному контексті сучасної Канади відбувається ресемантизація ідентифікувальних позначень, як-от *métis,* який використовувся «pour désigner les individus qui ont une ascendance mixte, européenne et amérindienne. Au Canada, ce terme a aussi un sens qui dépasse la simple dimension biologique des individus puisqu'il désigne des groupes culturels précis aux origines française et amérindienne. Identifier qui est métis en Amérique du Nord est un grand défi, justement à cause de sa polysémie» [Discours et constructions identitaires 2004, c. 39]. Як зазначає Л.-П. Руссо, цей термін набув більшого географічного поширення і водночас семантичного розширення: «À partir des années 1960, le terme *métis* a pris un sens nouveau: il tend à traverser les limites culturelles et géographiques de la région francophone de Rivière Rouge pour s'appliquer désormais à tout Canadien d'ascendance amérindienne et européenne dépourvu du statut indien. Ce processus d'extension sémantique a permis la diffusion de deux significations parallèles du terme, l'une étant surtout culturelle et historique, l'autre, strictement biologique et légale» [там само, с. 40].

До нових семантичних компонентів, які окреслюють поняття ідентичності, слід віднести «метасемантичну» ознаку *неоднозначності, розпливчатості*. Так, з погляду Д.-К. Мартена, «autour du mot « identité », le flou et l'ambiguïté règnent aujourd'hui» [Martin 1992, c. 582], а Е. Дюпуарьє та А. Шажер зауважують, що цей термін «à être trop souvent utilisé, le terme peut perdre sa consistance» [Dupoirier 1994, c. 331]. До такого роду аксіологічно позначених «метаознак» можна віднести й асоціативні виміри *занепокоєння, страху, вразливості, кризи:* «Depuis quelques années les Européens s'interrogent abondamment sur eux-mêmes. (…) Cet accent mis sur l'identité est l'expression d'une inquiétude, d'un sentiment de vulnérabilité: sentiment d'un vide en soi ou d'une crainte face au monde extérieur et des temps à venir. Il indique une crise» пише Е.Фене [Fenet 1994, c. 397]. У свою чергу, Б. Лаір зауважує: «Sentiments de solitude, d'incompréhension, de frustration sont les fruits de cet inévitable écart entre ce que la société nous permet à un moment donné d'« exprimer », et ce qu'elle a mis en nous au cours de notre socialisation» [Lahire 2010].

Основний семантичний зсув у наповненні поняття ідентичності відбувається від етимологічно зумовлених і лексикографічно закріплених значень *подібності, усталеності, цілісності* до протилежних їм смислів *варіативності, змінності, динаміки*. З погляду Е.-М. Ліпьянскі, у понятті ідентичності присутнє значення стабільності: «Pour s'entendre un minimum sur le terme, j'indiquerai qu'identité désigne ici l'ensemble des perceptions, des sentiments et des représentations relativement stabilisées se rapportant à soi et par lesquelles chacun se perçoit (ou est perçu) comme un être singulier, restant lui-même à travers l'espace et le temps» [Lipiansky 1993, c. 31]. Водночас ця стабільність виявляється в варіативності, зазначає Д.-К. Мартен: «*Identité,* dans le sens commun que définissent les dictionnaires usuels, connote en effet la similitude

et la permanence ; or les relations sociales nous indiquent qu'en pratique l'identité se joue dans la variation, y compris lorsqu'elle est relative à ce qui nous est réputé particulièrement stable, l'état civil : il est possible de changer de nom, de nationalité, de religion, de groupe « ethnique » [Martin 1992, c. 582]. Цю думку розвиває і Б. Лаір, який зауважує: «A vouloir expliquer les pratiques et les comportements collectifs, les sociologues ont élaboré une vision homogène de l'homme : celui-ci serait d'un « bloc », façonné par un ensemble stable de principes (*habitus*, schèmes, normes, style de vie...). Or, l'observation montre que les acteurs incorporent des modèles d'action différents et contradictoires. Un même individu pourra être tour à tour au cours de sa vie, ou simultanément selon les contextes, écolier, fils, père, copain, amant, gardien de but, enfant de choeur, client, directeur, militant...» [Lahire 2010].

Ці взаємовідносини постають також у термінах *однаковості, тотожності / відмінності* або у кореляції *Я / Інший.* Як вважає Д.-К. Мартен, «les identités – dans l'ambiguïté même d'un mot qui postule à la fois la similitude et la différence – supposent l'Autre pour exister et se développer. Le discours identitaire, hors duquel on ne peut les appréhender, est toujours autant un discours sur l'Autre, ou les Autres, qu'une proclamation de Soi ; comme le rêve d'un Soi magnifié par le contraste de l'Autre... Ainsi, on peut dire que l'identité, loin d'être un état qui caractériserait un isolat, est un construit évolutif qui vient donner du sens et de la valeur (positive ou négative) à une relation ou à un ensemble de relations » [Martin 1992, c. 583].

П. Рікер у своїй відомій праці «Сам як інший» (*Soi-même comme un autre*) розглядає цю кореляцію у понятті *самості*, яке постає в його дослідженні в етимолого-семантичній і граматичній перспективі та у порівнянні з іншими мовами: «Notre thèse constante sera que l'identité au sens *d'ipse* n'implique aucune assertion concernant un prétendu noyau non changeant de la personnalité. Et cela, quand bien même l'ipséité apporterait des modalités propres d'identité, comme l'analyse de la promesse l'attestera. Or l'équivocité de l'identité concerne notre titre à travers la synonymie partielle, en français du moins, entre « même » et « identique ». Dans ses acceptions variées, «même» est employé dans le cadre d'une *comparaison ;* il a pour contraires : autre, contraire, distinct, divers, inégal, inverse. Le poids de cet usage comparatif du terme « même » m'a paru si grand que je tiendrai désormais la mêmeté pour synonyme de l'identité-*idem* et que je lui opposerai l'ipséité par référence à l'identité-*ipse.* …« soi-même » n'est qu'une forme renforcée de «soi», l'expression «même» servant à indiquer qu'il s'agit exactement de l'être ou de la chose en question (c'est pourquoi il n'y a guère de différence entre «le souci de soi» et « le souci de soi-même », sinon l'effet de renforcement qu'on vient de dire). Néanmoins, le fil ténu qui rattache «même», placé après «soi» à l'adjectif «même», au sens d'identique ou de semblable, n'est pas rompu. Renforcer, c'est encore marquer une identité. Ce n'est pas le cas en anglais ou en allemand où *same* ne peut pas être confondu avec *self, der die, dasselbe,* ou *gleich,* avec *Selbst,* sinon dans des philosophies qui dérivent expressément la *seljhood* ou la *Selbstheit* de la mêmeté résultant d'une comparaison. Ici, l'anglais et l'allemand sont moins sources d'équivoque que le français » [Ricœr 1990, c. 13].

До подібного роду антиномій у потрактуванні поняття ідентичності слід віднести і відношення *одиничності / множинності.* З одного боку, дослідники схиляються

до думки про множинність ролей, досвіду, які складають ідентичність, зводячи їх водночас до фундаментальної єдності: «Or, les sciences sociales ont longtemps vécu sur la vision homogénéisatrice de l'homme en société. Même lorsqu'ils admettent la multiplicité des expériences vécues ou des « rôles » intériorisés par l'acteur, les chercheurs présupposent souvent que, derrière cette multiplicité, une unité fondamentale (un « soi » cohérent et unifié) est tout de même à l'oeuvre» [Lahire 2010]. З іншого боку, семантика множинності виходить на перший план і виражається у численних конструктах з *pluri-, multi-* і т.п.: «Nous sommes par conséquent trop multi-socialisés et trop multi-déterminés pour pouvoir être conscients de nos déterminismes. Chacun de nous est porteur d'une multiplicité de dispositions qui ne trouvent pas toujours l'occasion de se manifester : c'est pour cette raison que nous avons parfois l'impression de vivre un décalage personnel avec le monde social» [там само].

Множинність ідентичності зумовлено множинністю *контекстів* її формування, життєдіяльності, гетерогенністю *середовища* існування: «Or, les organisations, de quelque nature que ce soit, églises, partis, Etats, ont toujours cherché à définir l'identité des individus qu'ils contrôlent en leur imposant une allégeance exclusive à l'intérieur de la sphère qu'ils contrôlent» [Mény 1981, c. 6-7]. Зі свого боку, Б. Лаір говорить про *pluralité des contextes, pluralité des habitudes, hétérogénéité,* розглядаючи питання формування особистості, становлення ідентичності у процесі соціалізації [Lahire 2010]. Л.-Ж.Доре визначає ідентичність у термінах відносин із середовищем: «On peut fondamentalement la définir comme la façon dont l'être humain construit son rapport personnel avec l'environnement [Discours et constructions identitaires 2004, c. 2]. У психологічній площині К. Тампль і П. Дену виділяють онтологічну і прагматичну функції ідентичності, а саме постійне пристосування до середовища, яке загрожує цілісності ідентичності: «La fonction ontologique de l'identité consiste en un réaménagement permanent des différences et des contraires en une unité structurelle qui donne au sujet le sentiment de n'être pas contradictoire, et qui le maintient en état de reconnaissance de lui-même. Sa fonction pragmatique, instrumentale permet de s'adapter à l'environnement qui menace, par ses désordres et ses contradictions, l'unité construite du sujet et fait pression pour aligner l'identité sur ses attentes» [Temple 2008, c. 47].

Іншим семантичним виміром ідентичності постає дихотомія *індивідуального / колективного*, що виражається у протиставленні і взаємодії *внутрішнього, особистісного* і *зовнішнього*, зумовленого *належністю до певної групи*: «Le dictionnaire encyclopédique Larousse défInit l'identité comme «un caractère permanent et fondamental de quelqu'un, d'un groupe, quifait son individualité, sa singularité, qui le différencie des autres et permet qu'il se reconnaisse comme tel» – пишуть Е.Дюпуарьє та А. Шажер. « Cette définition souligne tout d'abord le caractère indifféremment individuel ou collectif de l'identité. L'identité, qui naît dans la confrontation de l'individu aux autres, renvoie au champ théorique où s'articule l'individuel et le collectif. L'intérêt du concept est donc de dépasser l'opposition entre ces deux pôles» [Dupoirier 1994, c. 331]. Б. Лаір описує автентичне, внутрішнє, інтимне Я у складній взаємодії з соціальним: «Parce que nous sommes porteurs de capacités, de savoirs et de savoir-faire qui doivent parfois durablement vivre à l'état de veille, nous pouvons alors ressentir un malaise : notre « moi authentique »

(« personnel » et donc pensé comme « a-social ») ne trouverait pas sa place dans le cadre contraignant de la société. Cette situation renforce l'illusion de l'existence d'un « for intérieur » ou d'un « moi intime » authentique, indépendant de tout cadre social. C'est donc bien parce que le monde social est différencié, et que nous sommes porteurs de dispositions et capacités plurielles, que nous pouvons vivre ces petits ou ces grands soucis qui finissent parfois par accabler nos existences. Certains malaises naissent de la multiplicité des investissements sociaux pouvant devenir au bout du compte incompatibles : ainsi, la conciliation de la vie privée et de la vie professionnelle peut donner lieu à de profonds déchirements» [Lahire 2010].

Виходячи з таких міркувань, численні дослідники сходяться у думці про те, що ідентичність є постійним конструюванням себе в інтеракції з іншими, з навколишнім середовищем. «L'identité se définit par un certain nombre d'attributs objectifs et/ou par l'allégeance subjective de l'individu à des valeurs, groupes, systèmes de référence», зауважує І. Мені і робить такий висновок: «Le point sur lequel s'accordent toutes les études dans ce domaine est que l'identité n'est pas un état : les identités ne sont ni immanentes, ni immuables ; elles sont des constructions» [Mény 1981,c. 6]. Таку ж думку висловлює і Д.-К. Мартен: « Le point sur lequel s'accordent toutes les études faites en ce domaine est que l'identité n'est pas un état : les identités ne sont ni immanentes ni immuables ; elles sont des constructions dont les fondadtions et les superstructures sont déterminés par les situations dans lesquelles elles sont érigées... » [Martin 1992, c. 583]

Це конструювання спирається на соціальну, психологічну, етнокультурну, історичну, аксіологічну, професійну моделі особистості в загальній системі уявлень про світ (або картині світу) та виявляє ті домінанти, які є найбільш актуальними у даному суспільному контексті. Конструювання ідентичності відбувається за двома взаємопов'язаними векторами: включення до групи, спільноти, типізація (схожість, тотожність з іншим) і виокремлення, індивідуалізація. П. Шародо так формулює проблематику ідентичності: «Le problème de l'identité commence quand on parle de moi. Qui suis-je ? Celui que je crois être, ou celui que l'autre dit que je suis ? Moi qui me regarde ou moi à travers le regard de l'autre ? Mais quand je me regarde, puis-je me voir sans un regard extérieur qui s'interpose entre moi et moi ? N'est-ce pas toujours l'autre qui me renvoie à moi ? Et puis, on n'est pas seul. (…) On vit en groupes, on se définit à travers eux et en quelque sorte on leur appartient, du moins en partie. Et alors, se pose de nouveau la question : *qui* suis-je dans le groupe, ou plus exactement, *que* suis-je dans le groupe, passant de l'état de sujet à celui d'objet ? Si je suis, en partie, ce qu'est le groupe, quel est-il, lui ? Se définit-il en lui-même, par ce qui lui est imposé ou par opposition à d'autres groupes ?» [Charaudeau 2005]. А. Бернар зауважує у свою чергу: «La difficulté de la réflexion sur l'identité, –, – provient de ce que la théorie de l'identité se construit autour de deux pôles. L'identité apparaît d'abord comme un fait de conscience subjectif, individuel. Un sentiment d'être par lequel l'individu éprouve que son «moi» le distingue radicalement des autres. Par ailleurs, l'identité se construit dans le rapport à l'autre et émerge dans la vie sociale. En effet, la vie collective exige une certaine stabilité des agents sociaux et une prévisibilité de leurs comportements. Elle assigne donc aux individus certaines caractéristiques et façonne leur comportement en fonction de ces attributs. Par exemple, l'individu sera classé chez les

femmes ou chez les hommes ce qui déterminera, au moins pour partie, son comportement. Cette recherche de stabilité ou de permanence, qui conduit les individus à considérer que leur existence forme un ensemble orienté par un projet, contribue à ce que M. P. Bourdieu appelle *l'«illusion biographique*» [Bernard 1994, c. 129].

Слід зауважити, що різні періоди в історії французького суспільства створюють власні узусні моделі мовно-дискурсивного конструювання ідентичності, в яких формуються відповідні соціокультурні домінанти даної епохи, наприклад, валоризація типовості, анонімат у середні віки та сплеск індивідуалізації у добу Відродження й, особливо, у сучасному демократичному суспільстві. Як пише А. Бернар, «avec la société occidentale moderne, le rapport de l'homme à la société change radicalement. Les autres civilisations reposent sur la communauté. La nôtre voit émerger un concept nouveau – mais devenu consubstantiel à notre être, donc invisible – celui d'individu» [Bernard 1994, c. 131].

Ідентичність конструюється передусім у комунікативній інтеракції, у дискурсі, де людина стверджує себе у динаміці *відмінності / подібності* відносно інших, встановлюючи ті чи інші відносини з ними. Е.-М. Ліпьянскі вводить поняття «ситуативної ідентичності», яка зумовлює перебіг комунікативного процесу: «On peut appeler «identité situationnelie» la définition de soi d'autrui qui va commander notre communication. Elle résulte pour une large part d'un rapport de places qui structure la relation. Ce rapport peut être préalable au contact; si je vais chez le médecin, par exemple, la place et l'identité situationnelie de chacun sont clairement définies» [Lipiansky 1993, c. 32]. Дослідник робить такий висновок: «En effet, l'identité n'est pas seulement la condition ou l'enjeu de la communication: elle en est aussi la résultante» [там само, с. 34]. П. Шародо вважає відштовхування (*rejet*) та притягнення (*attirance*), прийняття (*acceptation*), валоризацію (*valorisation*) та девалоризацію (*dévalorisation*) необхідними процесами в усвідомленні своєї відмінності від іншого, у грі, яка регулює суспільні відносини: «ce jeu subtil de régulation qui s'instaure dans toutes nos sociétés (…) entre *acceptation* et/ou *rejet* de l'autre, *valorisation* et/ou *dévalorisation* de l'autre, *revendication* de sa propre identité contre celle de l'autre. (…) L'identité se construit sur un *principe d'altérité* qui met en rapport, dans des jeux subtils d'attirance et de rejet, le *même* et l'*autre*, lesquels s'auto-identifient de façon dialectique» [Charaudeau 2005]. Е.-М. Ліпьянскі, П. Шародо та інші дослідники позначають цей основний механізм медіації між Я та Іншим як «погляд», який є осердям конструювання ідентичності, самоусвідомлення особистості: «C'est la grande question de l'identité, en général, et de l'identité culturelle en particulier, une question de regards de soi sur l'autre, de l'autre sur soi, des autres sur nous, de nous sur les autres» [Charaudeau 2005].

Форма і спосіб позначення індивіда чи групи, спільноти відбивають відповідно ті чи інші ідентифікувальні ознаки як домінантні. Вони певною мірою актуалізують також зв'язки поняття ідентичності з його корелятами, такими як *особа, особистість, індивід, індивідуальність, суб'єкт, актор*. При цьому відбувається смислове навантаження цих понять у дискурсі відповідної галузі. Так, у правовій сфері одним із центральних понять виступає *особа* (*personne*) – термін, який етимологічно відсилає до «маски», «ролі». Як зауважує А. Бернар, «le droit ne s'intéresse pas à l'homme en soi,

pour autant que cette expression signifie quelque chose. (…) La catégorie de «personne» ne recouvre pas le concept d'être humain. En effet, cette catégorie juridique compte aussi des sujets qui ne sont pas des hommes, les personnes morales comme l'Etat ou les sociétés de commerce. Et, à certaines périodes de l'histoire guère si éloignées, des êtres humains subissaient l'exclusion: les esclaves certes, mais aussi les condamnés à la mort civile. Ainsi, il convient d'éviter la confusion … entre la personne, au sens du droit, et l'individu humain» [Bernard 1994, c. 128].

Комунікативне, дискурсивне конструювання ідентичності постає передусім як конструювання *відносин* з іншими, *ставлення* до себе й інших, в центрі якого лежить проблема *визнання* особистості та «ідентифікаційний пошук». Таку думку розвиває Е.-М. Ліпьянскі: «En effet, les communications sociales, au-delà de leurs visées instrumentales, sont animées par une quête de reconnaissance dont dépend, en partie, la perception de soi. Cette quête est plus souvent implicite et indirecte, et suit des stratégies plus ou moins complexes (qui vont d'attitudes d'affirmation à des conduites de séduction ou de contre-dépendance). (…) Elle confère donc à autrui un pouvoir considérable, celui de confirmer, mais aussi de remettre en cause mon identité. Elle est marquée par des mécanismes inconscients comme la projection, l'identification, l'idéalisation, le transfert, et s'adresse de façon privilégiée à certaines personnes qui revêtent, aux yeux du sujet, une importance particulière (figures d'autorité, modèles, idéaux...)» [Lipiansky 1993, c. 33].

Таке конструювання є передусім конструюванням власного *образу* для себе та інших. Так вважає А. Малевська-Пейр: «notre civilisation actuelle de compétition et de mass media met l'accent sur l'acquisition d'une image positive. (…) Dans cette situation, l'image du soi devient une préoccupation absorbante pour tous» [Malewska-Peyre 1998, c. 140]. П. Шародо говорить про *уявлення* (*les imaginaires, les représentations*), які лежать в основі самоусвідомлення, конструювання ідентичності: «l'individu et les groupes construisent leur identité autant à travers leurs actes qu'à travers les représentations qu'ils s'en donnent. Ces représentations se configurent en imaginaires collectifs, et ces imaginaires témoignent des valeurs que les membres du groupe se donnent en partage, et dans lesquelles ils se reconnaissent ; ainsi, se constitue leur mémoire identitaire» [Charaudeau 2005]. До них, на думку вченого, слід віднести уявлення про *час, тіло, соціальні відносини* і *мову*: «Cet imaginaire de l'identité linguistique est entretenu par deux discours : la langue d'un peuple, c'est son génie ; ce génie perdure à travers l'histoire : la langue serait un don de dame nature qui nous serait offert dès la naissance et constituerait notre être de façon propre» [там само]. Проте, учений вважає, що не мова відіграє ідентифікувальну роль, а її вживання, дискурси: «Pourtant, on peut se demander si c'est la langue qui a un rôle identitaire ou le discours, c'est-à-dire la manière de la mettre en œuvre. Contre une idée bien répandue, il faut dissocier langue et culture, et associer discours et culture. Si langue et culture coïncidaient, les cultures française, québécoise, belge, suisse, voire africaine, maghrébine (à une certaine époque) seraient identiques, sous prétexte qu'il y a communauté linguistique. (…) Ce ne sont pas tant les mots dans leur morphologie ni les règles de syntaxe qui sont porteurs de culturel, mais les manières de parler de chaque communauté, les façons d'employer les mots, les manières de raisonner, de raconter, d'argumenter pour blaguer, pour expliquer, pour persuader, pour séduire qui le

sont. Il faut distinguer « la pensée en français, en espagnol ou en portugais » de « la pensée française, espagnole, argentine, mexicaine, portugaise ou brésilienne »» [там само].

Дослідники аналізують мовний вимір ідентичності, як-от визначення «французькості» (*la francité*), «квебекськості» (*la québécitude*) франкофонних канадійців. Так, М. Еллер зазначає: «Le changement idéologique en question concerne le passage de l'idée d'un Canada français vu comme une nation – ou un ensemble de sous-nations, organique(s) et authentique(s) – à celle d'une francophonie canadienne vue comme un réseau plus complexe et moins étanche où la langue et l'identité peuvent servir, ensemble ou séparément, de biens d'échange sur le marché et où les identités et les affiliations peuvent être multiples, ambiguës, à la fois concentrées localement et étendues dans le temps et dans l'espace. Il est à noter que le problème de l'unicité de la nation résulte de la construction de la québécitude qui a eu pour effet la fragmentation du Canada français et la territorialisation de son espace…» [Discours et constructions identitaires 2004, с. 78].

Слід відзначити, що наразі з'являються нові виміри ідентичності, які набувають як понятійного, так і власне мовного виміру, що може спричинити не лише теоретичні дебати у суспільних науках, а й позначити зміни у мовній системі та узусі. У системі мови віддзеркалено категоризацію та принципи називання істот, речей, явищ, їх ознак, а також принципи їх організації у висловленні. Саме ці закладені в системі конкретної мови семантичні та конструктивні можливості стають значеннєвою основою ідентифікації, яка набуває актуального смислу у конкретній комунікативній взаємодії, дискурсі та формує відповідний дискурс наукової рефлексії. До таких вимірів ідентичності відноситься гендерний, що спричинено фемінізацією як професійного, так і суспільного життя сучасного суспільства. Так, донедавна назви багатьох професій, титулів і звань у французькій мові мали лише морфологічну форму чоловічого роду, а формування жіночого роду відбувалося або за допомогою відповідного артикля, або шляхом доєднання іменника *femme* (та артикля жіночого роду) до відповідного іменника чоловічого роду, наприклад, *une femme écrivain*. З огляду на те, що певні професії у сучасну добу стали переважно жіночими, на мовленнєвому рівні з'являються новації – форми жіночого роду цих назв професій, утворені відповідно до тієї чи іншої морфологічної моделі. Так було утворено, наприклад, іменник жіночого роду *professeure*, який було схвалено Квебекською агенцією французької мови ще у 1986 р. Проте Французька академія до цього часу бореться з подібними новотворами. У своїй Заяві від 10 жовтня 2014 р. Французька академія зазначає, що чимало форм жіночого роду було введено до 8-го та 9-го видань академічного словника французької мови: «L'Académie française … a fait accueil dans la 8e édition de son **Dictionnaire** (1935) à **artisane** et à **postière**, à **aviatrice** et à **pharmacienne**, à **avocate**, **bûcheronne**, **factrice**, **compositrice**, **éditrice** et **exploratrice**. Dans la 9e édition, en cours de publication, figurent par dizaines des formes féminines correspondant à des noms de métiers» [La féminisation des noms de métiers 2014]. Проте, посилаючись на обмеження, накладені на формування жіночого роду ще у пізній латині, та на те, що чоловічий рід має статус «нейтральності», видового узагальнення, Академія вважає подібні форми жіночого роду (**professeure**, **recteure**, **sapeuse-pompière**, **auteure**, **ingénieure**, **procureure**, **chercheure**) варваризмами. Цікаво відмітити, що Академія у цій

Заяві посилається на конкретні випадки порушення стандартів французької мови у галузі формування жіночого роду: «Un incident récent opposant à l'Assemblée nationale un député à la « présidente de séance » a attiré l'attention du public sur la féminisation des noms de métiers, fonctions, grades ou titres» [там само].

Формат статті дозволив окреслити лише основні семантичні складові поняття ідентичності у французькій лінгвокультурі на матеріалі наукового дискурсу, присвяченого цій проблемі. На наш погляд, особливу увагу франкомовних дослідників до проблем ідентичності, зокрема її конструювання, пов'язано також із аналітизмом та «вербоцентризом» французької мови, що зумовлює постійне «відчуження», «дистанціювання» Я від його атрибутів, у категорії означення. Різні регістри мови та дискурси намагаються «зблизити» ці компоненти ідентифікації у конструкціях, які тяжіють до синкретичного устрою, зокрема парцельованих, у тенденції до субстантивації тощо. Подальші перспективи вбачаємо в поглибленому дослідженні цих та інших лінгвопрагматичних вимірів ідентичності, зокрема мовної, у франкофонному ареалі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Bernard A.* L'identité des personnes physiques en droit privé. Remarques en guise d'introduction /A. Bernard // L'identité politique . – P. : PUF, 1994. – P.127- 155. 2. *Charaudeau P.* L'identité culturelle entre soi et l'autre / P. Charaudeau. – 2005. 3. Discours et constructions identitaires / Sous la dir. de D.Deshaies et D.Vincent. – Les Presses de l'Université Laval, 2004. – 248 p. 4. *Dupoirier E.* L'identité régionale. Problèmes théoriques, perspectives politiques / E. Dupoirier, H.D. Schajer // L'identité politique . – P. : PUF, 1994. – P. 330-344. 5. *Fenet A.* L'identité européenne: variations contemporaines sur une interrogation ancienne / A. Fenet // L'identité politique . – P. : PUF, 1994. – P.397 – 418. 6. *L'identité* / Sous la dir de C.Lévi-Strauss. – P. : PUF, 2010. – 456 p. 7. *La féminisation des noms de métiers*, fonctions, grades ou titres. Mise au point de l'Académie française. Déclaration de l'Académie française. Le 10 octobre 2014. – Режим доступу від 10.09.2016: http://www.academie-francaise.fr/actualites/la-feminisation-des-noms-de-metiers-fonctions-grades-ou-titres-mise-au-point-de-lacademie. 8. *Lahire B.* L'homme pluriel. La sociologie à l'épreuve de l'individu / B. Lahire. – 2010. – Режим доступу від 10.09.2016: http://www.scienceshumaines.com/l-homme-pluriel-la-sociologie-a-l-epreuve-de-l-individu_fr_10644.html . 9. *Lipiansky E.-M.* L'identité dans la communication / E.-M. Lipiansky // Communication et langages. – 1993. – №°97. – P. 31-37. 10. *Malewska-Peyre H.* Le processus de dévalorisation de l'identité et les stratégies identitaires / H. Malewska-Peyre // Stratégies identitaires / Sous la dir. de C.Camilleri. – P. : PUF, 1998. – P. 111-141. 11. *Martin D.-C.* Le choix d'identité / D.-C.Martin. // Revue française de science politique. – 1992. – Vol. 42, №°4. – P. 582-593. 12. *Mény Y.* Crises, régions et modernisation de l'Etat / Y. Mény // Pouvoirs – Régions. – 1981. –№°19. – P.5-18. 13. *Ricœr P.* Soi-même comme un autre / P.Ricœr. – P. : Éditions du Seuil, 1990. – 427 p. 14. *Temple C.* Construction d'un outil d'identification des stratégies identitaires en psychologie interculturelle / C.Temple, P.Denoux. // Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale. – 2008. – № 79. – P. 47-56.

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

ГРАММАТИКА И СЕМАНТИКА ИДЕНТИЧНОСТИ ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Статья посвящена исследованию проблем идентичности во французской лингвокультуре на материале научного дискурса, в частности выделению основных семантических компонентов этого понятия и тенденций их развития. Очерчены структурно-грамматические особенности идентификации средствами французского языка.

Ключевые слова: *идентичность, французский язык, франкофонный ареал, семантика, грамматика.*

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

GRAMMAR AND SEMANTICS OF INDENTITY IN FRENCH LIGUISTIC CULTURE

The article is dedicated to the problems of identity in French linguistic culture, based on the scientific discourse material, as well as to the determination of basic semantic components of this concept and the tendencies of its development. Along with that, the article outlines the main structural and grammatical peculiarities of identification by means of French language.

Keywords: *identity, French, Francophone areal, semantics, grammar.*

УДК 811.111.06.053

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

СВІТОВА ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ: ВЕРБАЛЬНА СКЛАДОВА

Стаття присвячена аналізу використання світових практик побудови корпоративної культури в Україні. Дослідження зосереджене на аналізі мовних засобів у таких елементах корпоративної культури, як місія та бачення. Особлива увага приділена поняттям сервісної культури та сервісного бачення. У статті розглянуто поняття лінгвістичного ландшафту та проаналізований його вплив на формування корпоративної культури.

Ключові слова: *корпоративна культура, місія, бачення, сервісне бачення, лінгвістичний ландшафт.*

Впродовж останніх десятиліть зміна ставлення до працівників компаній і корпорацій, нове трактування їхньої ролі, а також усвідомлення важливості культури, що об’єднує працівників у ефективну команду, надало актуальності феномену корпоративної культури. Компанії цілеспрямовано формують та підтримують комплекс

аспектів корпоративної культури через її істотний вплив на виробничу та комерційну діяльність, формування активного колективу та покращення показників роботи компанії [4, с. 6].

Дослідженню корпоративної культури та її компонентів присвячені роботи представників різних галузей наукового знання: економіки та менеджменту (Т. Пітерз [25], Р. Уотерман [25]), теорії управління персоналом (А. Асаул [2], П. Єрофеєв [2], Ч. Фомбрун [17]), лінгвістики (Р. Бріз [13], А. Колобова [4], Т. Ананко [1], Дж. Гарцоне [18], М.Озерова [Озерова 2013]), культурології (Т. Персикова [Персикова 2002], П. Тихоміров [10], В. Співак [9]), психології (Е. Шейн [25]) та ін.

Корпоративна культура постає однією з форм суспільної культури, яка виникає та існує згідно із законами, ідентичними для будь-якого іншого типу культури [15, с. 9]. Проте корпоративна культура як один із вузькоспеціальних доменів суспільної культури має низку власних характеристик, а також активно досліджується як зарубіжними, так і українськими вченими. У загальному розумінні корпоративна культура являє собою певну систему матеріальних та духовних цінностей, норм поведінки й взаємодії, властивих певній організації, які відображають її індивідуальність [26, с. 52].

Одним із засновників теорії корпоративної культури є американський психолог Е. Шейн. Під корпоративною культурою він розуміє «те, що організація пізнала зі свого досвіду як соціальна одиниця», і включає сюди філософію та ідеологію управління, установки і норми, цінності та вірування. Корпоративна культура, за Шейном, є моделлю норм поведінки, яку члени організації вже використовували в минулому та визнали вірною, а, отже, її потрібно передати для засвоєння усім новим членам організації як єдиний вірний спосіб сприйняття, уявлень та стосунків всередині організації [25, с. 54-55].

Згідно з моделлю Е. Шейна, всередині організацій існують *прямі* і *непрямі* механізми функціонування та взаємодії. Модель корпоративної культури організації безпосередньо залежить від прямих механізмів. Вони включають в себе зразкову поведінку, думки, статуси і призначення працівників. Непрямі механізми не впливають на корпоративну культуру безпосередньо, проте вони є вирішальним фактором. Вони включають в себе місію компанії, офіційні керівні принципи, корпоративний стиль, ідентичність, дизайн та ритуали [25, с. 89].

Згідно із аналізом літератури з корпоративного менеджменту, основні моделі корпоративної культури сформувалися у бізнес-культурах США та Японії. Корпоративні культури обох країн формувалися окремо одна від одної, а цінності і принципи взаємодії всередині компанії відображали особливості національних культур цих країн. Успіх американських корпорацій став прикладом для наслідування багатьма компаніями світу [4, с. 102].

Японське управління орієнтується на людські взаємовідносини, тобто головним є моральність, стабільність зайнятості та гармонійні стосунки між працівниками та керівниками. Наприклад, автомобільна компанія «Тойота» відчуває відповідальність перед суспільством. Саме тому серед завдань компанії, крім виробництва потрібної для суспільства продукції, є сприяння соціальному прогресу та підвищення рівня життя своїх співробітників.

Схема 1: Особливості японської корпоративної системи

Підприємці у США вважають, що будь-яка справа повинна бути вигідною, тобто приносити виграш як у грошах, так і у часі, а також у задоволенні [3, с. 20].

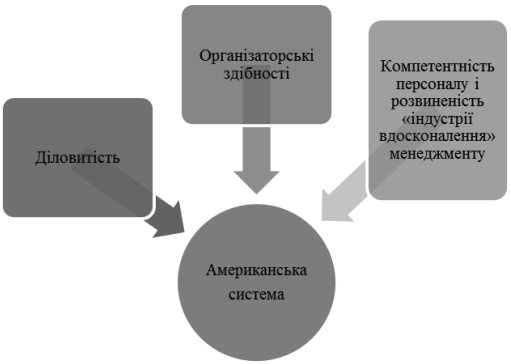


Схема 2: Особливості американської корпоративної системи

Україна активно використовує світові практики побудови корпоративної культури. Більшість українських компаній сьогодні мають основні компоненти корпоративної культури, які відображають подальші стратегії розвитку організації.

Місія – це узагальнена ціль компанії, чітко сформульована причина її існування та її призначення [5, с. 43]. Відповідно до складу і функцій, виділяють наступні види місій:

місія-гасло	Це коротко сформульований принцип існування компанії на ринку. Зазвичай місія-гасло висловлюється у формі звертання, ідеї, вимоги, завдання	Create vehicles that are popular with consumers (**Toyota**)	Щодня ми працюємо, щоб бути першими і не залишати спраглих на планеті (**Оболонь**)

місія-призначення	Відомо, що слово «Призначення» вказує на роль кого-небудь в існуванні; цілеспрямованість або мету створення чого-небудь. Саме тому місія-призначення – це вузьке, але конкретне розуміння діяльності, продукту і послуг; усвідомлення змісту існування компанії.	To be a company that inspires and fulfills your curiosity (**Sony**)	Ми допомагаємо нашим клієнтам робити бізнес, здійснюючи доставку вантажів та кореспонденції по всій території України (**Нова Пошта)**
місія-орієнтація	Натомість, місія-орієнтація – це уявлення цінності, які існують у компанії та контролюються керівництвом і співробітниками компанії, що сприяє формуванню поведінки компанії щодо споживачів і партнерів.	FedEx Corporation will produce superior financial returns for its shareowners by providing high value-added logistics, transportation and related information services **(FedEx)**	Ми прагнемо постійно перевершувати себе у виготовленні натуральних харчових продуктів на основі внутрішнього професійного розуміння потреб та вподобань споживачів (**Чумак**)
місія-політика	У перекладі з грецького слово «політика» означає мистецтво управління. Відповідно, місія-політика компанії – це мистецтво управління компанією; уявлення про розвиток компанії в майбутньому, тобто «бачення» перспектив компанії.	Give customers what they want, and get it to them faster than anyone else (**Zara**)	Бути світовою компанією зі збалансованим зростанням вартості компанії, операційною прибутковістю, сильними брендами (**АВК**)

Ще одна важлива складова корпоративної культури – бачення перспектив розвитку компанії. Бачення – уявлення розвитку компанії та її подальшої стратегії. Воно формує орієнтири у веденні бізнесу [6, с. 7]. Базуючись на світових практиках формування бачень, їх можна класифікувати залежно від концептуальної інформації, яку несе в собі бачення.

1) **Суб'єктний тип** зосереджується на характеристиці адресата, описі його діяльності, можливостей для вирішення проблем адресата. Найбільше бачень позиціонують свою діяльність як направлену на задоволення потреб конкретного адресата:

- **допомога адресату** *("Створювати корисні, смачні та якісні продукти для всієї родини, які допомагають формувати культуру здорового харчування, створюють умови для спілкування і натхнення»* ***SoloMia****; "Сприяти підготовці 100 000 нових IT-спеціалістів та зробити IT-галузь рушійною силою економічного зростання України"* ***BrainBasketFoundation)***
- **турбота про адресата** *("Ми хочемо захоплювати наших клієнтів – розумінням їхніх потреб, якістю нашого зв'язку, різноманітністю послуг, рівнем сервісу, нашим ентузіазмом і наданням нових можливостей. Своєю роботою ми приносимо радість"* ***Київстар;*** *"Забезпечення наших споживачів і партнерів якісними товарами та послугами на довгі роки, з любов'ю і повагою, відповідальністю і розумінням"* ***НДЦ Зелена Клініка)***

▪ **здійснення мрій адресата (***"Стати найулюбленішою відвідувачами мережею бекерай в Україні, втілюючи європейські традиції приготування вишуканої випічки і задовольняючи найвищі вимоги відвідувачів до нашої продукції і обслуговування"* ***Віденські булочки****; "Збільшення прибутку Клієнтів при використанні ефективних логістичних рішень УВК"* ***УВК****).*

Також бачення такого типу підкреслюють позитивні риси компаній, наприклад – професіоналізм *("Гарантований захист кожного свого клієнта, його добробуту"* ***ЮТІКО****; "Завдяки надійному зв'язку МТС Україна надає клієнтам можливість будувати і покращувати своє життя, постійно розвиватися" (****МТС****)*), надійність *("Надійна компанія, близька до людей"* АСКА; *"Стабільно прибутковою. Ефективно зростаючою. З повагою до людей та землі"* (**ІМК**)), сучасність *("Служити, передбачати й дивувати, надаючи якісні послуги в закладах громадського харчування найрізноманітнішого формату, змішуючи традиції та інновації, підвищувати культуру споживання"* ***МАФІЯ****; "Цінності через новаторство"* (***Boehringer Ingelheim Ukraine***)).

2) **Об'єктний тип** описує властивості об'єкта реклами, його функції, якісні характеристики та особливості. Зазвичай товар не описується як активний діяч, але в основі бачення обов`язково присутня його характеристика. Бачення підкреслює відмінності від конкурентів, тому можна виділити раціональні переваги:

▪ першість у товарній категорії *("Ми відкриваємо світ для наших клієнтів, надаючи доступ до найкращих джерел інформації, розваг та комунікацій"* ***Воля****; "Світовий лідер в області брендів та технологій"* ***Henkel***),

▪ якісна характеристика товару: ("*Місія ROSHEN – це виробництво продукції досконалої якості. Ми обираємо найкращу сировину, технології та обладнання і все це для того, щоб якнайбільше людей у світі могли спробувати справді якісну кондитерську продукцію з яскравим та незабутнім смаком!"* ***Roshen****; "Світовий лідер в області брендів та технологій"* ***Хмельницькобленерго***).

Наголос на вітчизняному виробництві демонструє натуральність та свіжість, крім того апелює до патріотичних почуттів.

("Бути взірцевою компанією молочної галузі України для споживачів, партнерів, конкурентів та лідером у інноваціях" ***Білоцерківский молочний комбінат****).*

3) **Адресатний тип** характеризує сегмент, на який направлено повідомлення, та визначає можливості задоволення потреб клієнтів. Для такого типу бачення на першому місці знаходиться споживач, його демографічні характеристики та психологічні особливості. Основна мета такого бачення полягає в тому, щоб кожний споживач міг ідентифікувати себе з компанією (*"Ми покращуватимемо наш імідж, аби стати для всіх жінок найпривабливішою косметичною компанією в світі"* ***Avon****; "Бути «країною дитячої мрії» для малечі і дорослих"* ***Антошка****).*

Більшість українських компаній будують свою корпоративну культуру, дотримуючись прикладів американських компаній. Однак є окремий сегмент компаній із франчайзинговим типом бізнес-моделі, особливість яких полягає в тому, що Україна отримує не тільки продукти світових лідерів, але й успадковує повністю їхню корпоративну культуру, яка існує в одній компанії у закладах всього світу, як наприклад McDonalds, KFC, Samsung, Ernst and Young, Domino`s Pizza.

Пропонуємо розглянути адаптовану корпоративну культуру найпопулярнішого франчайзингу в Україні – компанії McDonalds. Компанія була заснована у 1940 році у Каліфорнії, а сьогодні уже існує 35 000 закладів у 120 країнах світу. Перший заклад McDonalds в Україні був відкритий у Києві у 1997 році. У місії та баченні McDonalds підкреслює саме ті якісні характеристики, які важливі для сфери швидкого харчування: швидкість та якість продуктів. (Місія McDonalds: *"Швидке і якісне обслуговування клієнтів за допомогою стандартного набору продуктів"*. Бачення: *"Бути найкращим у світі рестораном швидкого обслуговування"*). Бачення компанії базується на завданнях, які умовно можна назвати правилом п'яти "П":

Персонал: створити такі умови роботи, щоб люди самі прагнули до максимальної віддачі, на яку вони здатні;

Планета: бути відповідальним громадянином світу, який вносить реальний внесок і змінює світ на краще;

Продукція: виробляти продукти, які задовольняють і, більше того, передбачають бажання і потреби людей;

Партнери: сприяти створенню і підтримці кращої партнерської мережі, формувати тісні відносини, засновані на чесності та довірі;

Прибуток: забезпечувати максимальний прибуток власникам акцій, але не упускати при цьому наші загальні обов'язки [16, с. 87].

Золоті арки McDonalds, логотип у вигляді букви "М", є одним із найбільш упізнаваних логотипів. Логотип "золота арка" був створений у 1962 році Джимом Шиндлером. У 1968 році до логотипу додали ще й назву компанії – McDonalds. У рекламних оголошеннях з'явився заклик – "*Look for the Golden Arches*" (Рис.1). Золота буква "М" на червоному фоні стала своєрідним символом американізації, а також поширення американського способу життя. Логотип у вигляді золотих арок символізує ворота в успішний бізнес. Червоний та жовтий кольори у фірмовій палітрі McDonalds також не випадкові. Згідно із думкою психологів, ці кольори викликають апетит, що є особливо актуальним для мережі ресторанів швидкого харчування [19, с. 30]. У 2009 році компанія провела ребрендинг та змінила червоний колір на зелений. Таким чином, золоті арки на зеленому фоні символізують новий підхід компанії до екології та її прагнення іти в ногу з часом (рис.2).

Рис.1. Реклама McDonalds у 1960-1970х роках

Рис.2 Еволюція логотипів McDonalds

На момент створення компанії McDonalds це була закусочна для водіїв. У 1955 році Рей Крок викупив всю мережу разом із назвою та започаткував маркетингові стратегії, в результаті яких закусочні McDonalds поступово перетворилися на вибір №1 для проведення часу з дітьми. Корпорація McDonalds майстерно оволоділа мистецтвом маркетингу послуг на основі наданих торгових переваг.

Вона детально вибирає місця для відкриття нових підприємств, відбирає кандидатів на отримання своїх ліцензій, надає фундаментальну підготовку керівникам закладів в університеті "гамбургера McDonalds".

Стратегія ко-брендингу є досить ефективним методом підтримки актуальності бренду. У McDonalds представлені напої Coca-Cola, іграшки для Happy Meal від Walt Disney, Barbie Toys та Hotwheels.

Сьогодні McDonalds добре відомий світовий бренд, але водночас практикує "glocal marketing". McDonalds приносить місцевий колорит у різні країни з сезонними меню з конкретних регіонів світу. В 2003 році McDonalds представив McArabia, бутерброд-корж, у ресторанах на Близькому Сході, а згодом і в ресторанах Європи. McDonalds також додав макаруни у своє французьке меню.

Щорічно з'являються різні заклади швидкого харчування, які копіюють меню, стиль, назву та обслуговування як у McDonalds, однак їм не вдається досягнути високих результатів. В основі успіху McDonalds лежать маркетингові прийоми, які допомогли компанії стати вибором №1 у сфері закладів швидкого харчування.

1) Швидкий темп роботи: У кожного касира є дедлайн – на замовлення від одного клієнта виділено 60 секунд. У залах грає швидка та енергійна музика, яка спонукає клієнтів швидше поїсти та звільнити місце наступному клієнту;

2) Касиру заборонено використовувати частку "не" у розмові з покупцем, адже це підсвідомо може запрограмувати покупця на заперечення. Усі фрази завчені, і ми часто можемо почути шаблонне питання "Бажаєте спробувати...?";

3) Кожному клієнту обов'язково пропонують взяти додатковий продукт – десерт, напій, соус. У корпоративній термінології це називається "підказка". Як правило, підказка виникає не просто так, а в неї входять продукти, які уже давно лежать на видачі і термін їхньої реалізації завершується.

4) Співробітники закладів постійно беруть у руки швабру і прибирають у залах. Маркетологи стверджують, що людина із шваброю створює образ чистоти та якості.

5) Співробітники McDonalds схожі між собою. Дівчат обирають у компанію таких, які не будуть своїм зовнішнім виглядом відволікати клієнта від меню. Всім дівчатам, які працюють у McDonalds, заборонений яскравий макіяж, манікюр, а також не дозволяється носити прикраси та користуватися парфумами.

6) Меню McDonalds сприяє виробленню звичок у клієнтів. Смак бургера не змінювався з 1967 року, тобто з моменту створення. Коли клієнт іде в McDonalds, він точно знає, який на смак буде бургер сьогодні, завтра, через місяць. Така звичка допомагає підсилити стабільність і надійність компанії [23, с. 30].

З 1958 року в McDonalds існує Біблія McDonalds. У ній описано все до дрібниць: від температури смаження котлет до того, яка повинна бути поведінка кожного співробітника. Існують два принципи роботи всіх закладів McDonalds: "Культура, якість, чистота, доступність" та "Контакт, кооперація, координація". Обидва принципи вивчаються напам'ять новими співробітниками. Результатом дотримання цих принципів є посмішка касира, який промовляє приємним тоном шаблонні завчені фрази. Багато клієнтів McDonalds зізнаються, що намагаються дати суму без решти для того, аби почути від касира приємне "Дякую, що без решти!" Ключовим слоганом в біблії є "Гості – найважливіші люди в нашій роботі". Незважаючи на те, що бізнес базується на сендвічах та картоплі фрі, але компанія не існувала б без гостей. Усіх клієнтів у McDonalds називають не клієнтами чи покупцями, а саме гостями, тому що слово "гість" викликає приємні і теплі асоціації. У "Біблії McDonalds" описані очікування відвідувачів:

- Якісна продукція;
- Швидке обслуговування;
- Точно зібране замовлення;
- Привітні співробітники;
- Чистий ресторан [16, с. 87]

Для того, щоб надавати якісний сервіс та задовольняти усі потреби клієнтів, була розроблена категоризація клієнтів:

1) **Батьки з дітьми:** відвідують McDonalds, тому що діти отримують задоволення та гарно проводять час.

2) **Діти**: обожнюють McDonlads, тому що тут весело і є можливість зібрати колекцію іграшок з Happy Meal.

3) **Бізнес-клієнт**: цінує швидкість обслуговування, адже обідня перерва зазвичай коротка. Саме такі клієнти часто беруть замовлення з собою.

4) **Молодь** (віком від 12 до 16): обирає McDonalds через демократичні ціни, адже тут можна досить дешево купити меню з напоєм та отримати доступ до безкоштовного інтернету.

Ще з 50-х років 20 століття важливою складовою корпоративної культури в McDonalds є доброчинність. За час існування McDonalds в Україні за допомогою благодійних акцій та спонсорства компанія зібрала більше 500 000 доларів США, аби допомогти дитячим лікарням, школам-інтернатам, дітям-інвалідам. Однією з найпопулярніших благодійних програм в Україні є "Долонька щастя", яка традиційно проводиться щороку з 1-го по 30 листопада.

Сьогодні місія, бачення та цінності компанії стали незамінним атрибутом корпоративної культури будь-якої організації. Але протягом останніх декількох років все більше американських компаній удосконалюють сервіс, який вони надають клієнтам, та працюють над формуванням культури обслуговування як невід'ємної частини їхньої корпоративної культури. Найпершим кроком у сервісній культурі є створення сервісного бачення. Воно існує для персоналу, щоб надихати їх обслуговувати клієнтів на найвищому рівні та для пояснення сенсу цілей компанії. Відомий консультант у сфері обслуговування, Джон ДіДжуліус, визначає сервісне бачення як цінність високоякісного обслуговування [20].

Сьогодні сервісне бачення існує у таких світових лідерів, як Ritz-Carlton, Lexus, Starbucks, Nordstrom, Nestle, Cheesecake Factory, Disney, Harley Davidson, Zappos, Chick-fil-A.

Оскільки сервісне бачення створене для персоналу, який безпосередньо спілкується з клієнтами, його важливо рекламувати в середині компанії. Наприклад, будівельна компанія Superior Glove нагадує про своє сервісне бачення на рукавицях для співробітників (Рис. 3).

Рис.3. Зображення сервісного бачення компанії Superior Glove

А компанія Starbucks розмістила своє бачення на фартусі кожного працівника (Рис. 4).

Рис. 4. Сервісне бачення компанії Starbucks

На жаль, в Україні сервісне бачення не набуло такої ж популярності, як у США. Однак, разом із популярною франшизою Domino`s Pizza, ми успадкували сервісне бачення компанії. Клієнти обирають Domino`s Pizza завдяки швидкій доставці. Відтак сервісне бачення зосереджене на тому, що покликання компанії полягає в тому, щоб робити день клієнта простішим, а це призведе до того, що клієнт буде щасливим. Сервісне бачення стане досяжним за допомогою базових компонентів, які сприятимуть частішим посмішкам клієнтів (Рис.5).

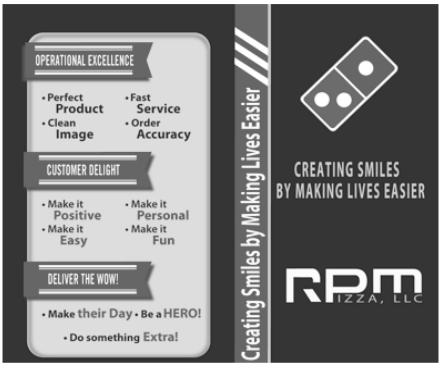


Рис.5 Сервісне бачення Domino`s Pizza

Починаючи з 2006 року, Україна стала повноцінним гравцем у сфері аутсорсингу. Розвиток IT-аутсорсингу в Україні протягом останніх 10 років став одним із найбільших досягнень країни. Сьогодні можна стверджувати, що це найрозвинутіша сфера в порівнянні з іншими сегментами. Терміном "IT-аутсорсинг" позначають передачу усіх або часткових функцій IT-організації, наприклад, розробку різних видів програмного забезпечення, обслуговування технічних і програмних засобів, web-дизайн, тощо. Сьогодні в п'ятірку найбільших IT-компаній України входять такі компанії, як Global Logic, Ciclum, Epam, Luxoft, SoftServe [11].

Корпоративна культура таких компаній схожа на культуру компаній із франчайзинговою бізнес-моделлю. Тобто корпоративна культура насаджується керівництвом із відкриттям нових філіалів компанії. Вони так само мають місію, цінності та бачення. Але особливістю таких компаній є надзвичайно високе значення англійської мови. Для характеристики такої корпоративної культури варто враховувати таке явище як лінгвістичний ландшафт. Лінгвістичний ландшафт став допоміжним інструментом в IT-компаніях у формуванні корпоративної політики та культури. Лінгвістичний ландшафт – мова дорожніх знаків, рекламних білбордів, назв вулиць, назв місць, назв крамниць та надписів на державних будівлях, що становить собою форму лінгвістичного ландшафту певної території, регіону або агломерації [22, с. 23].

Для IT-аутсорсингу характерне використання англійської мови як офіційної мови компанії. Уся документація ведеться виключно англійською мовою, так само як і

презентації та колективні збори. Пріоритезація англійської мови призвела до поступового "стирання" рідної мови в країнах, де англійська мова не є державною. При відборі кандидатів одним із етапів співбесіди є перевірка рівня володіння англійською мовою. Кар'єрний зріст у компаніях стає можливим тільки за умови вільного володіння англійською мовою та наявності високих комунікативних навичок.

Безумовно, корпоративна культура в будь-якій організації формується людьми, які працюють у компанії. Українські компанії можуть дещо її коригувати, базуючись на світових практиках. Сьогодні за елементами корпоративної культури українські компанії знаходяться майже на одному рівні з успішними світовими лідерами. Корпоративна культура українських компаній повинна включати такі складові:

1. місія компанії;
2. корпоративна філософія та ідеологія;
3. корпоративний дух;
4. стиль керівництва і лідерства;
5. корпоративне управління;
6. корпоративна етика;
7. корпоративний імідж і репутація;
8. управління людськими ресурсами;
9. культура якості.

Однак, у результаті нашого аналізу видно, що нам бракує уваги саме до сервісної складової корпоративної культури. Крім того, в інтересах розвитку компаній досить актуальним є формування саме позитивної корпоративної культури. Сьогодні й у подальшому корпоративну культуру варто розглядати як важливий чинник впливу на результати діяльності компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ананко Т.Р.* Англомовний корпоративний дискурс: автореф. дисс… канд. филол. наук: 10.02.04. – Харьков, 2007. – 22 с. 2. *Асаул А.Н., Асаул М.А., Ерофеев П.Ю., Ерофеев М.П.* Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб.: Гуманистика, 2006. – С.121-132. 3. *Карпова Н.Н.* Мистецтво управління, найновіші тенденції сучасного менеджменту – японський досвід // Спеціальний міжнародний семінар в Японії, 8-20 травня, 2008 р. 4. *Колобова А.А.* Социопрагматика корпоративного дискурса: на примере текстов корпоративных кодексов американских компаний: автореф. дисс… канд. филол. наук: 10.02.04. – Москва, 2009. – 24 с. 5. *Короткий Г.І.* Менеджмент і підприємництво в умовах перехідної економіки. – К.: «Варта», 1997. – 176 с. 6. *Кузьмін О.Є.* Сутність місії організації як ключової категорії менеджменту / О.Є. Кузьмін, Х.С. Передало // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» №682 «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – С. 3-10. 7. *Озерова М.М.* Теоретические аспекты корпоративной коммуникации // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6. 8. *Персикова Т.Н.* Феномен корпоративной культуры в современной России: сопоставительный анализ корпоративных культур в российских и иностранных организациях: автореф. дисс… канд. культ. наук: 24.00.01. – Москва, 2007. – 25 с. 9. *Спивак В.А.* Корпоративная культура / В.А. Спивак. СПб и др.: Питер; Питер Бук, 2001. – 352 с. – (Ключевые вопросы). – Библиогр., указ. имен, предм. указ., указ. фирм: с. 337-352. 10. *Тихомиров П.А.* Корпоративная культура как фактор устойчивости организации. Текст.: дис. . канд. социол.

наук: 22.00.08 / Тихомиров Петр Алексеевич. М., 2004. – 224 с. – Библиогр.: с. 195-208. 11. *Українські IT-компанії* нарощують кількість співробітників. // Forbes. – 2016. – С. http://forbes.net.ua/ua/news/1419746–ukrayinski–it–kompaniyi–naroshchuyut–kilkist–spivrobitnikiv. 12. *Barnes D*. Operations Management: An International Perspective / Barnes. – UK: Cengage Learning EMEA, 2008. 13. *Breeze Ruth*. Corporate Discourse. London: Bloomsbury, 2013. – 209 p. 14. *Cooper R.G., Edgett S.J*. Product Innovation and Technology Strategy. Benchmarking Best NPD Practices-2: Strategy, Resources and Portfolio Management Practices. USA: Stage-Gate International. – 2009. – pp.50-60. 15. *DeWitte K., Van Muujen J*. Organizational Culture. – Psychology Press, 2010 – 111 p. 16. *Facella P., Genn A*. Everything I know about business I learned at McDonald's: the 7 leadership principles that drive break out success. – NY: McGraw-Hill, 2015. – 215 p. 17. *Fombrun Ch*. Corporate Culture, Environment and Strategy. – Human Resource Management, Spring/Summer 1983, Vol. 22, Numbers 1/2, P. 139-152. 18. *Garzone G., & Sarangi S*. Discourse, ideology and specialized communication. Bern: Peter Lang. – 2008. – 494 p. 19. *John F*. Love. McDonald's: Behind the arches. UK: Transworld Publishers Ltd. (1988). 20. *John R*. DiJulius. What`s the secret?: To Providing a World Class Customer Experience. – New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2008. – 320 p. 21. *John Wiley* and Sons Heig, M. Brand Failures: The Truth About the 100 Biggest Branding Mistakes of All Time. London: Kogan Page Ltd, – 2013. – pp. 30. 22. *Landry R*. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study / Landry R., Bourhis R. // Journal of language and Social Psychology. – 1997. – 16 (1). – P. 23–49. 23. *Harris P.S*. None of us is as good as all of us: how McDonald's prospers by embracing inclusion and diversity. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. – 2009. – 174 p. 24. *Peters T., Waterman R*. In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies. – HarperCollins, 2006. – 367 p. 25. *Schein E*. The Corporate Culture Survival Guide. Sloan Management Review, 2009. – p. 53-127. 26. *Want J*. Corporate Culture: Illuminating the Black Hole. – St. Martin's Press, 2007 – 284 p.

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

МИРОВАЯ ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В УКРАИНЕ: ВЕРБАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Статья посвящена анализу использования мировых практик построения корпоративной культуры в Украине. Исследование сосредоточено на анализе языковых средств в таких элементах корпоративной культуры, как миссия и видение. Особое внимание уделено понятиям сервисной культуры и сервисного видения. В статье рассмотрено понятие лингвистического ландшафта и проанализировано его влияние на формирование корпоративной культуры.

Ключевые слова: *корпоративная культура, миссия, видение, сервисное видение, лингвистический ландшафт.*

Vasyliuk O., PhD student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE WORLD`S PRACTICE OF CORPORATE CULTURE IN UKRAINE: VERBAL COMPONENT

This article concerns the use of world-known practices of building corporate culture in Ukraine. The study is focused on the analysis of linguistic devices in such elements of corporate culture, as mission and vision. Particular attention is paid to the concept of service culture and service vision statements. The paper examines the concept of linguistic landscape and analyzes its impact on the corporate culture.

Keywords: *corporate culture, mission, vision, service vision statement, linguistic landscape.*

УДК 81’42.811.111

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

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСУ STARBUCKS У РІЗНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Стаття присвячена дослідженню повідомлень у різних соціальних мережах як ефективного способу реалізації корпоративного дискурсу компанії у віртуальному просторі. Розглядаються причини присутності компаній у соціальних мережах, поняття мілленіала, бренду стилю життя (lifestyle brand) та їх вплив на формування віртуального корпоративного дискурсу бренду. Аналізується кореляція місії і цінностей компанії Starbucks з відповідними публікаціями на офіційних сторінках компанії. Проведено компаративний аналіз повідомлень у соціальних мережах Facebook, Instagram, Google+ та Twitter.

Ключові слова: *корпоративна культура, корпоративний дискурс, бренд, соціальна мережа.*

У 2016-ому році майже кожна компанія має офіційні сторінки в соціальних мережах. Більш того, велика кількість компаній спочатку створюють сторінки в соціальних мережах і тільки потім вкладають ресурси в розробку власного веб-сайту. Посилання на корпоративні сторінки у таких мережах, як Facebook, Twitter, Google+ та Instagram, підвищують довіру пошукових систем до сайту бренду, позитивно впливають на його позиції у видачі пошукових систем і навіть привертають увагу нових клієнтів. Для того, щоб створювати єдність бренду у різних медіа та виділятися серед величезної кількості повідомлень у соціальних мережах, брендам необхідно встановлювати чіткі правила спілкування з користувачами. Ці правила відповідають корпоративному дискурсу, який формується на основі корпоративних принципів та культури компанії. Встановлення чіткої місії та цінностей є невід’ємним компонентом успішного бренду у 21-ому столітті. Клієнти компанії, в свою чергу, повинні поділяти її цінності. Дослідивши та просегментувавши власну цільову аудиторію [1, с. 112], бренди повинні встановити таку корпоративну культуру, яка б імпонувала їхнім клієнтам. Компанії повинні стати брендом стилю життя (lifestyle brands).

Бренд стилю життя (lifestyle brand) формується компанією, продукт чи сервіс якої втілює інтереси, відношення та позиції групи населення [7]. Соціологи вже визначили нове покоління покупців – мілленіали [10]. Саме для них важлива моральна сторона компанії та її діяльність. Мілленіали – це покоління, народжене між 1977 та 1995 роками [2]. Будучи найбільшим поколінням у Сполучених Штатах Америки та перевищуючи навіть бейбі-бумерів (Baby Boomers), покоління Y, як ще називають мілленіалів, вже досягло віку, коли вони готові витрачати здобуті ними гроші [5]. Оскільки це покоління більш прив’язане до онлайн спілкування, воно формує правила поведінки компанії та стимулює її активність у соціальних мереж. Але окрім цифрової присутності, мілленіали також віддають перевагу компаніям із чіткими моральними цінностями [3], тим самим виводячи бренди стилю життя (lifestyle brands) на найвищу ланку прибутку.

Серед найбільш відомих компаній, які мають чітко сформований бренд, можна виокремити Starbucks. Вважається, що для того, щоб бути брендом стилю життя (lifestyle brand), компанія повинна випускати продукт чи сервіс, який задовольнить великий спектр потреб та бажань клієнтів [4]. Starbucks еволюціонував з кав'ярні до корпорації, яка пропонує споживачам великий вибір напоїв та їжі, кавові зерна власних сортів, асортимент товарів для кавоманів та організовує події, які залучають до активного соціального життя. Окрім надання широкого спектру товарів та послуг, бренд стилю життя повинен також втілювати ідеї, мрії та естетику певної групи чи культури. З чіткою місією та прописаними цінностями на сайті компанії [FinchBrands, 2016], Starbucks відповідає всім вимогам бренду стилю життя (lifestyle brand). Проте, окрім прописаних ідей на сайті, компанія повинна відображати свої цінності у спілкуванні. Один із медіумів, де бренд може спілкуватися з цільовою аудиторією за межами кав'ярні, – це соціальні мережі.

Малюнок 1. Facebook, 28.02.2016.

Малюнок 1. Facebook, 28.02.2016.

Публікації у соціальних мережах – один із варіантів текстів, які повинні відповідати корпоративному дискурсу компанії та відображати її культуру. Для встановлення особливостей використання віртуального корпоративного дискурсу компанії в соціальних мережах було проаналізовано більш ніж 600 публікацій бренду за період перших восьми місяців 2016 року у соціальних мережах Facebook, Twitter, Google+ та Instagram. Проведений аналіз показав, що кожна публікація відповідає корпоративним цінностям компанії.

Як зазначено на сайті компанії Starbucks, місія компанії звучить так: "*To inspire and nurture the human spirit – one person, one cup and one neighborhood at a time"* [9]. Наступні повідомлення в соціальних мережах ідеально відображають місію:

- «*This Starbucks store drew design inspiration from an awe-inspiring natural wonder found in its home country – the world's largest salt flat. #WhereInTheWorld*» (Facebook, 28.02.2016)

Текстова та графічна складові повідомлення зображені на малюнку 1. В тексті публікації навіть присутнє одне з ключових понять місії – «inspire». Тим самим користувач бачить, звідки черпає натхнення бренд, що, в свою чергу, може також спонукати самого клієнта до натхненних думок.

- «*Back for another round of campfire tales... #SmoresFrappuccino*🌲🔺🌲» (Twitter, 26.04.2016)

Більшість публікацій на зразок цієї супроводжуються фотографією одного з напоїв, який можна придбати у кав'ярні компанії. На малюнку 2 зображено фрапучіно разом із картинкою лісу зі стежкою, яка веде в гори. У цьому випадку фотографія природи використовується з метою надихнути читачів та комбінується з текстовою частиною, відповідаючи віртуальному корпоративному дискурсу бренду.

- «*Introducing the Latte Macchiato – foamed whole milk, marked with espresso. Intensely bold.*» (Google+, 5.01.2016)

Великий асортимент товарів компанії презентується у публікаціях у соціальних мережах, тим самим знайомлячи читачів із значною кількістю варіантів та можливостей взаємодії з брендом.

- «*Pockets of joy. Filled with jam of happiness. #Megpies #ColdBrew*» (Instagram, 12.08.2016)

Порівняння у текстовій складовій повідомлення вказує на зв'язок одного з видів пиріжків із кишенями щастя, зображеними на малюнку 3.

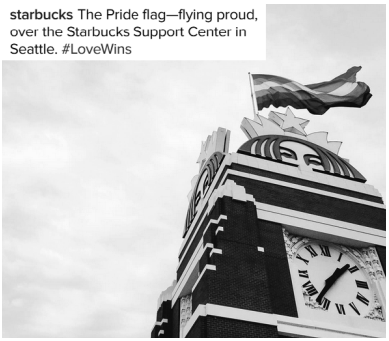
Малюнок 3. Instagram. 12.08.2016

Окрім різних повідомлень, місія компанії також вказана в описі сторінок у соціальній медіа. Оскільки Twitter та Instagram лімітують кількість символів, які можна використати у описі сторінки, то у цих соціальних мережах вказана тільки місія компанії. На відміну від них Facebook та Google+, що мають функціонал, який дозволяє створювати власну сторінку «About», пропонують більше інформації. На сторінці у Google+ вказана місія компанії, невеликий текст, в якому написано про людяне

ставлення до бізнесу, а також правила спілкування на зазначеній соціальній сторінці. Менше інформації вказано на сторінці About у Facebook. На ній не вистачає місії компанії, хоча більшість тексту ідентична тексту на Google+. Цікаво, що на жодній зі сторінок у соціальних мережах не вказані цінності корпорації.

Хоча цінності не прописані окремо на сторінках у соціальних мережах, вони втілюються у публікаціях. Мілленіали – не лише сегмент цільової аудиторії, але і частина працівників [6]. Цінності становлять те, що люди вважають фундаментально добрим чи поганим, та реалізуються у робочій атмосфері [8]. У таблиці 1 наведені всі цінності компанії Starbucks та приклади постів, які їм відповідають.

Цінність	**Приклад повідомлень**
Creating a culture of warmth and belonging, where everyone is welcome.	*Малюнок 4. Facebook. 1.07.2016*
Acting with courage, challenging the status quo and finding new ways to grow our company and each other.	*Малюнок 5. Instagram. 6.07.2016*

Being present, connecting with transparency, dignity and respect.	 *Малюнок 6. Instagram, 20.08.2016*
Delivering our very best in all we do, holding ourselves accountable for results.	 *Малюнок 7. Facebook, 14.04.2016*
We are performance driven, through the lens of humanity.	 *Малюнок 8. Instagram, 21.06.2016*

Таблиця1. Цінності та їх приклади у соціальних. мережах

Оскільки зміст повідомлень в усіх соціальних мережах повинен відповідати вимогам корпоративного дискурсу, то одне і те ж саме повідомлення можна знайти на корпоративних сторінках компанії в різних соціальних мережах. Особливо помітним є повторення картинок та відео, оскільки саме текстова частина повідомлень зазнає певних змін в залежності від соціальної мережі.

Малюнок 9. Google+, 5.01.2016

Наприклад, одна і та ж сама картинка супроводжується різним текстом у кожній із соціальних мереж. Крім того, дата публікації повідомлень також може відрізнятися. Три повідомлення з однаковим змістом, але різним текстом зображені на малюнках 9, 10 та 11. На малюнку 9 зображено повідомлення Google+, на малюнку 10 – Instagram, а на малюнку 11 – Twitter.

- Introducing the #LatteMacchiato – perfectly foamed whole milk marked with espresso. Intensely bold. (Twitter, 4.01.2016);
- Introducing the Latte Macchiato – foamed whole milk, marked with espresso. Intensely bold. (Google+, 5.01.2016);
- Introducing the Latte Macchiato – foamed whole milk, marked with espresso. It's like Latte's cousin and Flat White's fraternal twin. (Instagram, 5.01.2016).

Текстовий контент усіх трьох повідомлень має однакове значення, але кожне з них відрізняється одне від одного. Повідомлення різняться кількістю знаків у кожному. Так, повідомлення у Twitter – найкоротше, всього 91 знак. Це спричинено обмеженим функціоналом соціальної мережі, яка не дозволяє використати більш ніж 140 символів у публікації. Найдовше повідомлення в Instagram – 131 знак. Більша свобода у кількості використаних символів у повідомленні сприяє наповненню варіанта тексту з Instagram стилістичними порівняннями. Хоча найдовший варіант повідомлення також можна було опублікувати у Twitter, обмежений функціонал соціальної мережі скорочує середню кількість знаків у повідомленнях цієї мережі. У Twitter середня

Малюнок 10. Instagram, 5.01.2016

Малюнок 11. Twitter, 4.01.2016

кількість знаків становить 82 знаки в той час, як в Instagram середня кількість знаків у публікації становить 127.

Окрім кількості символів, повідомлення у вищезазначеному прикладі відрізняються кількістю хештегів, які присутні лише у повідомленні Twitter.

Функціонал соціальних мереж також впливає на те, як саме компанія поширює контент інших користувачів. У Twitter компанія може просто опублікувати повідомлення від іншого користувача у себе на сторінці, не змінюючи тексту. Наприклад: *Vanilla Sweet Cream Cold Brew: the sweetness my morning needed* ♥ (Twitter retweet, 28.07.2016), зображене на малюнку 12.

Instagram надає можливість опублікувати картинку іншого користувача та доповнити її власним текстом. Наприклад: *Congratsto @____satsukiforthenear-flawlessemojirecreation* □ (Instagram regram, 30.08.2016), зображене на малюнку 13. Отже, порівняно з Twitter, Instagram надає більш широкі можливості для лінгвістичного наповнення публікацій.

Малюнок 12. Twitter retweet, 28.07.2016

Малюнок 11. Twitter, 4.01.2016

Таким чином, покоління мілленіалів сприяє формуванню чіткої корпоративної культури, яка реалізується у корпоративному дискурсі. Популярнішими стають бренди стилю життя. Один із таких брендів – Starbucks. Місія та цінності компанії, які складають основу корпоративної культури, формують тематику та текстову складову повідомлень на офіційних

сторінках соціальних мереж Facebook, Twitter, Google+ та Instagram. Хоча публікації мають спільний контент, текстова складова повідомлень відрізняється залежно від соціальної мережі. Лінгвістична частина повідомлень залежить від доступного функціоналу та наданих для публікацій можливостей. Із розвитком соціальних мереж та появою нових можливостей віртуальний корпоративний дискурс компанії буде підлаштовуватися під вимоги соціальних мереж. Але все ж таки основну складову завжди буде складати корпоративна культура компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Асташова Ю.В*. Теория поколений в маркетинге // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. №1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-v-marketinge (дата обращения: 04.10.2016). 2. *Center for Generation Kinetics Team*. Five Generations of Employees in Today's Workforce. . [Електронний ресурс] / The Center of Generation Kinetics // 2016. – Режим доступу – http://genhq.com/five-generations-of-employees-in-todays-workforce/. 3. *Escalona A*. Millennials and Their Spending Habits: How It's Shaping the World. [Електронний ресурс] / A. Escalona // 2016. – Режим доступу – http://www.lifehack.org/421652/millennials-and-their-spending-habits-how-its-shaping-the-world. 4. *Finch Brands*. One Big Idea: Lifestyle Brands 101. [Електронний ресурс] / FinchBrands // 2016. – Режим доступу – https://finchbrands.com/rwb54/. 5. *Goldman Sachs*. Millenials coming of age. [Електронний ресурс] / GoldmanSachs // 2013. – Режим доступу – http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/. 6. *Parry E*. Generation Differences in Work Values: a review of theory and evidence. / E. Parry, P. Urwin // International Journal of Management Reviews, Vol. 13, 17-96, 2011. DOI: 10.1111/j.1468-2370.2010.00285.x. 7. *Saviolo S*. Lifestyle brands. A guide ot aspirational marketing. / S. Saviolo, A. Marazza. – London: PALGRAVE MACMILLAN, 2013. – 141p. 8. *Smola K. and Sutton D*. Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium. / K. Smola, D. Sutton. // Journal of Organizational Behavior, 2002, pp. 363–382. 9. *Starbucks*. OurMission. OurValues. [Електронний ресурс] / Starbucks Coffee Company // 2016. – Режим доступу – http://www.starbucks.com/about-us/company-information/mission-statement. 10. *Strauss W*. Millennials Rising: The Next Great Generation. / W. Strauss, N. Howe – New York: Vintage Original, 2000. – 370 p.

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

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСА STARBUCKS В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Статья посвящена исследованию публикаций в различных социальных сетях как эффективного способа реализации корпоративного дискурса компании в виртуальном пространстве. Рассматриваются причины присутствия компаний в социальных сетях, понятие миллениала, бренд жизненного стиля (lifestyle brand) и их влияние на формирование корпоративного дискурса бренда. Анализируется корреляция миссии и ценностей компании Starbucks с соответствующими публикациями на официальных страницах компании. Проведен компаративный анализ публикаций социальных сетей Facebook, Instagram, Google+ и Twitter.

Ключевые слова: *корпоративная культура, корпоративный дискурс, бренд, социальная сеть.*

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

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STARBUCKS CORPORATE DISCOURSE IN DIFFERENT SOCIAL MEDIA

The article is devoted to the study of posts on different social media as an effective method of fulfillment of the corporate company discourse online. Reasons for company presence in social media, the terms millennial, lifestyle brand and their influence on the online corporate discourse of companies are examined. The correlation of Starbucks' mission and values with the corresponding posts on official company pages is analyzed. A comparative analysis of posts in different social networks (Facebook, Instagram, Google+, Twitter) is completed.

Key words: *corporate culture, corporate discourse, brand, social network.*

УДК 811.133.1'42:004.773.7/774.6

Давидюк Н.О., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТВІТ ЯК ЕНДЕМІЧНИЙ ТЕХНОДИСКУРСИВНИЙ ЖАНР ТВІТТЕР-ДИСКУРСУ

У статті досліджується твіт як новий природний технодискурсивний жанр цифрової екосистеми Веб 2.0 та аналізується функціональність жанру «твіт» з точки зору його здатності представляти різні типи цифрового медійного дискурсу за моделлю тривимірного відкритого куба на основі досліджень М. Бахтіна.

Ключові слова*: технодискурсивність, жанр твіту, жанр твіттингу, технодискурсивне середовище, медійний дискурс, гібридні Інтернет-жанри.*

Питання жанрів, що функціонують та розвиваються в соціо-комунікативному просторі Інтернету, викликає непересічну зацікавленість наукової спільноти. Гетерогенна технодискурсивна природа інтернет-жанрів та цифровий контекст їх виникнення та існування породжують необхідність системного аналізу самої можливості виокремлення усталених характеристик для окреслення жанрових меж сучасних лінгвістично-технічних продукувань інтернет-користувачів.

Метою нашої розвідки є дослідження жанрових меж «твіту» як нового природного технодискурсивного феномена цифрової екосистеми Веб 2.0 та аналіз функціональності жанру «твіт» з точки зору його здатності представляти різні типи цифрового медійного дискурсу за моделлю тривимірного відкритого куба (В.Б. Бурбело, І.Г. Лепетюк) [1; 5] на основі досліджень М. Бахтіна (на матеріалі Твіттер-висвітлення передвиборчої кампанії у мери Парижа 2014 року).

У сучасній лінгвістиці існують різні підходи до виокремлення самого предмета дослідження дискурсу Твіттера. Французька дослідниця М.-А. Паво доходить

висновку, що у Твіттері народжується такий (техно)жанр як «твіт», який, у свою чергу, сам сприяє появі інших, ендемічних (або ні) для Твіттера техножанрів та дискурсивних технопрактик, що зараз знаходяться у процесі стабілізації [15]. Російські науковці, серед яких О.І. Горошко, О.А. Землякова, Т.Л. Полякова, Л.Ю. Щипіцина, В.А. Копцева та інші, наполягають на виокремленні жанру «твіттингу» та визначають його як інтернет-жанр, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер [2; 3; 4; 8]. А.О. Федоров та І.В. Юрик визначають жанр Твіттера як «мікроблог», що є, на їх думку, системою публікацій стандартними короткими повідомленнями до 140 символів для людей, які не володіють навичками роботи у «блогосфері» [7, с. 8]. Білоруський же медіа-дослідник Ю.С. Степанов визначає Твіттер як гібрид SMS, соціальної мережі та блогу [6].

На нашу думку, ці погляди не суперечать, а доповнюють один одного, адже російські вчені схиляються до розуміння «твіттингу» як «комбінованого вторинного жанру» [3, с. 354], що має гібридну гетерогенну природу, невід'ємною рисою якого, за Л.Ю. Щипіциною, є «*полі*знаковість» [9, с. 35], тобто використання при класифікації його жанрової системи ознак, запозичених із різних семіотичних систем (*медійні* (гіпертекстуальність, інтерактивність, мультимедійність, синхронність / асинхронність, оформлення жанру на екрані комп'ютера), *прагматичні*, *структурно-семантичні*, *стилістико-мовні* параметри). Дослідниця зводить усі інтернет-жанри до системи прототипових жанрів, котрі ніби визначають формат комп'ютерно-опосередкованої комунікації (КОК) − електронна пошта, чат, мультикористувачеві світи, всесвітня павутина, а жанр твіттингу виявляється гібридним і поєднує ознаки всіх вищезазначених веб-жанрів [8, с. 67].

М.-А. Паво, поглиблюючи свою теорію предискурсів [16], пропонує власне мінімалістичне визначення жанру як «сукупності колективних пре-, екстра- та інтрадискурсивних рамок, що є конститутивними щодо процесу вироблення-інтерпретації висловлювань» [15, с. 23]. Останні дослідниця визначає як «матеріальні мовні продукування у певній ситуації» [15, с. 24]. Тому «твіт» для неї є «плюрисеміотичним висловлюванням, що з'явилося на платформі мікроблогінгу Твіттер» [17, с. 156], гетерогенним (технічним та мовним), проте первинним ендемічним жанром соціо-медійної мережі Твіттер, який набирає, власне, жанровості в залежності від типу дискурсу Твіттера, до якого належить: твіт як «конверсаційний жанр», тобто жанр спілкування (прикладом якого є твіти з хештегом #claved, про які мова йтиме далі), твіт як жанр медіа (повідомлення новин у вигляді «депеші» (фр. dépêche)), твіт як дидактичний жанр (використання Твіттера як інструмента для занять з творчого письма у класі), твіт як літературний жанр (твіттература) тощо. М.-А. Паво наголошує на необхідності вважати «*середовище*» вироблення дискурсу ко-конститутивним для цього процесу, тобто, фактично, для неї «твіттинг» (разом із матеріальними технічними засобами) є частиною середовища, адже під останнім дослідниця розуміє сукупність даних людського та нелюдського походження, у яких виробляються дискурси. Зауважимо, що поняття «середовища» є когерентним по відношенню до екологічного підходу до продукування висловлювань, оскільки воно імплікує те, що об'єктом аналізу виступає не лише висловлювання, а вся система, де воно було створене. В аналізі цифрового

дискурсу поняття середовища є центральним, адже воно звертає увагу на різнорідні аспекти інтернет-дискурсу: техніка є не лише «підтримкою» («support»), але й структурним компонентом дискурсу, а енонсиативні агенти опиняються «*розсіяними*» («*distrubués*») у цифровій екосистемі [15, с. 17].

У нашому дослідженні будемо оперувати визначенням твіту як жанру за М.-А. Паво, не відкидаючи того, що він існує і розвивається всередині навіть не вторинного (за О. І. Горошко, О.А. Земляковою та Т.Л. Поляковою), а, власне, гібридного жанру «твіттингу» у середовищі цифрової екосистеми Веб 2.0.

Запропонований М.-А. Паво підхід дозволяє інтегрувати у дослідження суттєвий елемент − технічні матеріальні засоби − якому не приділяє уваги занадто логоцентрична, або навіть «егоцефалоцентрична» (соціологічний термін Ж.-К. Кауффмана, який пізніше був використаний С. Брассаком у лінгвістичних дослідженнях [12, с. 228]) лінгвістика дискурсів та текстів. Для позначення процесів перетворення мови на дискурс у технічному середовищі Марі-Анн Паво пропонує термін «*дискурсивна технологія*» («technologie discursive»), яка є устроєм, за якого дискурсивне продукування всією своєю суттю пов'язане з технічними деталями, інструментами чи пристроями онлайн чи оффлайн (комп'ютери, телефони, планшети, лептопи, програми, сайти, блоги, мережі, платформи тощо).

Зазначимо, що серед основних комунікативних функцій *гібридних* інтернет-жанрів 2.0 і, зокрема, твіту та твіттингу, виконання яких забезпечується «активністю» технічних матеріальних засобів, виділяють:

– контактовстановлення (встановлення та розбудова нових соціальних зв'язків);
– консолідування (створення віртуальних груп та співтовариств);
– презентаційну функцію (створення іміджу, просування власної особистості / діяльності, інших «приватних» веб-ресурсів (блогу, персонального щоденника (ЖЖ), домашньої сторінки тощо);
– соціалізацію (спілкування з іншими користувачами конкретного інтернет-ресурсу, а також створення соціальних підмереж та віртуальних співтовариств);
– інформаційну функцію (відслідковування та поширення актуальних новин та комунікативних / фізичних (у разі наявності фотопідтвердження) дій інших користувачів мережі («бути в курсі» їхніх справ, а також ділитися новинами або власними думками, ідеями, коментарями-доповненнями щодо певних подій / новин / явищ / особистостей);
– економічну функцію (заробляння певного капіталу на Твіттер-блозі, проведення маркетингових кампаній та PR-акцій у Твіттері);
– політичну функцію (останнім часом спостерігається активне використання Твіттера не тільки під час виборчих кампаній, а й повсякденно, як ефективного «інструмента» політики (офіційні сторінки політиків у Твіттері));
– освітянську функцію (Твіттер є одним із найпопулярніших освітніх інструментів 2.0, що ґрунтується на технологіях другого вебу 2.0);
– релаксаційну функцію (технодискурсивна діяльність у Твіттері як компенсаторна практика для розслаблення, переключення на інший вид діяльності, зняття фізичної та моральної напруги тощо) [2, с. 215].

Виконання наведених вище функцій забезпечується функціонуванням у Твіттері різних типів медійного дискурсу, в залежності від яких «твіт» як жанр набуває специфічних рис, адже, як наголошував М. Бахтін, лише контекст (у ролі якого у нашому випадку виступає середовище) дозволяє висловлюванню «досягнути повноти свого змісту» [11, с 289].

Отже, твіт з'являється у таймлайні (стрічці новин) користувача Твіттера, а також у таймлайні тих, хто підписаний на його сторінку; таймлайн виступає природним технодискурсивним середовищем для твіту. З перспективи екологічного підходу, який враховує контекстуальну природу твіту у його середовищі і не виокремлює лише мовний матеріал, твіт складається з наступних елементів:

– аватар користувача (зображення або фотографія);
– ім'я користувача;
– псевдонім користувача;
– дата твіту;
– текст твіту, записаний у відведеному для цього віконці (максимальна кількість знаків − 140);
– запис «Retwitté «par @pseudo», якщо запис було «позичено» у якогось іншого користувача;
– список можливих операцій, позначених іконічними символами («розшифрування» цих символів надається вже після кліку на них), та кількість користувачів, які вже здійснили ці операції з конкретним твітом (ретвіти та вподобання): (відповісти / *répondre)*, (ретвітнути / *retweeter*), (вподобання / *favori*), (інше / *plus*: після «кліку» на цю опцію користувачу пропонуються наступні дії щодо твіту: поділитися через приватне повідомлення; скопіювати посилання на твіт; вставити твіт; ігнорувати користувача-автора твіту; заблокувати користувача-автора твіту; поскаржитися на твіт; новий момент (створити новий твіт-момент на основі іншого твіту, додавши назву «моменту», його опис та фото-обкладинку));
– в іншомовних твітах зустрічаємо також іконічний символ та напис-підказку до нього «*Переглянути переклад*» (напис з'являється після наведення курсору миші на символ); ця нещодавня опція дозволяє читачу переглянути переклад твіту мовою, яку він попередньо визначив у налаштуваннях як основну мову своєї Твіттер-сторінки (з-поміж 48-ми доступних мов Твіттера).

Після «кліку» на віконце окремого твіту у стрічці новин цей твіт відображається у збільшеному розмірі та з додатковими деталями щодо нього: віртуальна «кнопка» «читаєте» / «читати» / «не читати» (підписатися / відписатися від сторінки автора твіту); кількість ретвітів; кількість вподобань; аватари користувачів, які ретвітнули твіт або позначили, що їм подобається твіт; конкретний час та дата публікації твіту; віконце «відповісти» з початком відповіді у вигляді вже вставленого у майбутній твіт псевдоніма автора твіту (@pseudo (гіперпосилання)), якому адресовано твіт-відповідь; твіти-коментарі інших користувачів, якщо такі є (у вигляді, описаному вище). У верхньому правому кутку віконця твіту є позначка («*більше дій користувача*»), при «клікові» на яку читачеві твіту пропонуються наступні дії щодо автора твіту: твітнути до @pseudo; надіслати приватне повідомлення; додати чи видалити

зі списків; ігнорувати користувача @pseudo; заблокувати @pseudo; поскаржитися на @pseudo; вставити цей профіль (скопіювати посилання на Твіттер-сторінку автора твіту).

Як ми побачили, у твіті використовуються *мовні та техномовні форми* («formes langagières et technolangagières»). Техномовними формами виступають слова-гіперпосилання (виділені певними символами та кольором), на які можна «клікнути» та перейти або до іншого каналу інформації або на іншу Твіттер-сторінку; ці форми володіють гіпертекстуальним виміром і роблять висловлювання нелінійними (délinéarisant les énoncés) [17, с. 162]. Отже, у твіті зустрічаємо:

− мовні лінійні форми, які не мають техномовних характеристик; вони є лише мовними записами у цифровому середовищі;

− символи, іконічні знаки, емотикони або форми, що походять з піктограм і які не є гіперпосиланнями;

− технослова, які виступають гіперпосиланнями, як, наприклад, хештеги (слова-гіперпосилання, яким передує знак #), які дозволяють організовувати канали інформації за рахунок групування твітів з однаковими хештегами; у цих твітах вказані також псевдоніми авторів (яким передує знак @), при кліці на які відбувається відповідно перенаправлення на сторінку конкретного користувача);

− символи-вказівки для позначення можливих технодискурсивних операцій, на які або треба клікати і переходити до здійснення операцій, або просто клік на які вже є технодискурсивною операцією (наприклад, для того, щоб виразити свою підтримку та позначити, що певне Твіттер-повідомлення вам подобається, треба «клікнути» на позначку « 🤍 », що знаходиться під текстом самого повідомлення); зазначимо, що ще у 2014 році для позначення можливих технодискурсивних операцій у твіті фігурували *слова*-вказівки + символи, зараз же залишилися лише символи-вказівки (користувачі «опанували» Твіттер, слова-підказки не є більше необхідними);

− посилання URL, тобто веб-адреси сторінок, при кліці на які можна перейти на будь-які сайти відповідно до посилання;

− прикріплені фотографії та зображення.

Усі ці форми можуть поєднуватися у більш чи менш складні комбінації: деякі користувачі Твіттера надають перевагу лінійному письму і не використовують технослова (прикладом є твіттература (твіттер + література, twittérature) [20]), інші ж поєднують слова, технослова, гіперпосилання та символи у досить заплутаній складній манері.

Вслід за М. Бахтіним та у рамках екологічного підходу, за яким середовище має визначальну роль для виокремлення жанрів дискурсу, проаналізуємо твіттинг та твіти як жанри (взагалі і медійного політичного дискурсу зокрема) за схемою, запропонованою В.Б. Бурбело та І.Г. Лепетюк [1; 5], яка дозволяє конкретизувати (наскільки це є можливим) окремі жанри у дискурсивному просторі усієї людської діяльності, не позбавляючи їх «гнучкості», «розмитого» характеру та невичерпної різноманітності.

Запропонована схема аналізу має форму «відкритого» куба, тобто тривимірної фігури, вісі якої не мають меж, оскільки є спрямованими у безкінечність; така відкритість схеми уможливлює відображення безмежної кількості різноманітних

варіацій жанрів. Три вісі, у свою чергу, представляють головні фактори комунікативного контексту, який, власне, і є визначальним у виборі жанру мовцями: адресат і тип стосунків, який існує між мовцем і адресатом (кількість адресатів та рівень їх індивідуалізації, персональні характеристики адресатів, характер стосунків між «співрозмовниками») (вісь OS); прагматична мета висловлювання (вісь OP); умови комунікації (часо-просторові умови, технічні засоби комунікації, соціальні чи «людські» фактори) (вісь OC).

За М. Бахтіним, концепт адресата відіграє ключову роль у визначенні жанру, «кожен із жанрів дискурсу, у кожній зі сфер вербального обміну, має свій концепт-тип адресата, який, власне, його визначає як жанр» [10, с. 303].

Перша група ознак вісі OS − кількість адресатів та рівень їх індивідуалізації − дозволяє схематично відобразити чотири типи «співрозмовників»:

− *конкретний індивід* (певна визначена особа);

− *абстрактний індивід* (*узагальнений*) (уявлювана особа, яка не існує у реальному житті або загальний образ співрозмовника, як, наприклад, читач, до якого письменник звертається у своєму творі);

− *конкретний колектив* (група осіб, чисельність якої є обмеженою; ця група може бути гомогенною (однаковий вік, однаковий статус її членів тощо) або гетерогенною, але її завжди розглядають як єдиного адресата);

− *абстрактний колектив* (*анонім*) (група осіб, кількість членів якої не є обмеженою і члени якої не мають жодних спільних визначальних рис) [5, с. 28].

Зазначені типи співрозмовників поєднуються у пари «адресант-адресат», відповідно, поєднання певних типів співрозмовників є характерним для певного жанру дискурсу, наприклад, «конкретний індивід − конкретний колектив» − пресконференція, «конкретний колектив − абстрактний колектив» − програма-маніфест політичної партії, наказ уряду тощо.

Розглядаючи твіти з цього ракурсу, бачимо, що вони є гетерогенними не тільки за своєю природою (технодискурсивність), а й полівалентними з точки зору адресантів та адресатів.

Початковою та основоположною комбінацією у Твіттері − відповідно до позиціонування цієї соціальної мережі в Інтернет-просторі − була, є і буде пара «*конкретний адресант − абстрактний колектив*», тобто користувач сторінки, який публікує певний твіт, є адресантом, а вся інтернет-спільнота, для якої цей твіт є доступним для перегляду, є адресатом, наприклад, твіт Н. Косіушко-Морізе: «Dernier jour de campagne. Si vous avez des questions à me poser: #nkm2014. J'essaierai de vous répondre le + possible». Проте Твіттер прихистив не тільки сторінки окремих осіб, а й став простором, у якому люди об'єднуються у групи та спільноти, які, у свою чергу, самі можуть виступати адресантами та адресатами. Отже, наголошуючи на *постійній присутності у якості головного адресата «абстрактного колективу» інтернет-спільноти*, можемо побачити такі комбінації «співрозмовників» у Твіттері:

− конкретний індивід − конкретний індивід: твіт Н. Косіушко-Морізе: «@alainjuppe Merci Alain!»; слід звернути увагу на наявність маркування діалогу «@ + «запит» до адресата» для позначення того, що повідомлення адресовано саме

А. Жюпе; твіти А. Жюпе, адресовані Ж. Дарманену: «Bonne chance à @GDarmanin à Tourcoing» та Ф. Байру: «Je remercie François @bayrou de sa sollicitude mais c'est moi qui décide de ce que je fais. Nous sommes en 2014»; наголосимо, що ці твіти мають конкретного адресата, проте прагматичним адресатом виступає абстрактна спільнота інтернет-користувачів, на яких за допомогою подібних твітів здійснюється опосередкований маніпулятивний вплив (у останньому прикладі, зокрема, спостерігаємо стратегію «негативна презентація іншого»);

− конкретний індивід − конкретний колектив: твіт А. Ідальго: «Félicitations au @PSG_inside pour sa victoire…»; повідомлення Дебори Павлік, адресоване групі @nkm_paris: «Bravo @nkm_paris qui seule porte une vraie vision pour Paris #PARISledebat» (Н. Косіушко-Морізе зробила ретвіт цього повідомлення на своїй сторінці);

− конкретний колектив − абстрактний колектив: запис групи «Partie de Gauche»: «Après la déclaration de François #Hollande, @JLMelenchon tiendra une conférence de presse. Nous live-tweeterons»;

− конкретний колектив − конкретний індивід: твіт групи «Naviguer En Aquitaine» адресований А. Жюпе: «@alainjuppe merci et bravo pour cette politique de valorisation du fleuve: Bordeaux retrouve son histoire maritime grâce à votre action»;

− конкретний колектив − конкретний колектив: твіт групи «NKM Paris» у відповідь на запис інформаційної сторінки «Le HuffPost»: «@LeHuffPost La réponse de @nk_m: + гіперпосилання на інтернет-сторінку» тощо.

Ще раз наголосимо, що фактично головним адресатом твітів виступає «абстрактний колектив» інтернет-спільноти, яка, проте, стає ніби «підслуховувачем», тобто навіть адресовані твіти «дають побачити» усім; складається ілюзія, що інформація у них призначена конкретним групам або індивідам, проте головним прагматичним адресатом залишається широка спільнота, на яку, таким чином, здійснюється маніпулятивний вплив.

Другою групою ознак вісі OS виступають персональні характеристики «співрозмовників»: їх вік, соціальна ситуація, професія, культурний рівень. Вважаючи головним адресатом абстрактну інтернет-спільноту (наголос на власних «фолловерах» та агенціях новин (у випадку політичного Твіттер-дискурсу)), можемо зазначити, що персональні характеристики користувачів варіюються з досить широкою амплітудою, проте, більшість Твіттер-користувачів – особи середнього віку (багато молоді) з навичками роботи з комп'ютером, тобто, представники середнього та вищого прошарків населення.

Третя група ознак вісі OS стосується характеру стосунків адресанта та адресата, який пропонується визначати за наступними критеріями: соціальна та професійна ієрархія / рівність комунікантів; офіційні / дружні тощо стосунки між ними [5, с. 31-32].

Якщо ми розглядаємо Твіттер у цілому, то ця мережа пропагує ієрархічну рівність усіх її користувачів у соціальному та професійному плані: політики, зокрема, виступають звичайними користувачами мережі, які діляться своїми новинами й емоціями так само, як і інші користувачі Твіттера. Проте, все ж процес «підписання» на Твіттер-сторінки не завжди є взаємним і демонструє певну ієрархію, скоріше, у професійному

плані, адже зірки шоу-бізнесу, політики, письменники тощо мають дуже велику кількість «фолловерів» на відміну від простих громадян.

Кількість комунікантів є необмеженою, адже адресатом, як вже було зазначено вище, *завжди* виступає абстрактний колектив. Але, варто вказати, що певні повідомлення мають ще і конкретних адресатів (їх може бути декілька, вони додаються до повідомлення шляхом вставлення гіперпосилання зі знаком «@» та ім'ям адресата (хоча повідомлення залишається доступним всім користувачам мережі)); індивідуалізація залежить від сторінки користувача, адже особа може писати як від себе особисто, так і від імені групи, наприклад, від групи «Vivre Mieux» (у такому випадку ім'я конкретного адресанта, який надрукував повідомлення та опублікував його у Твіттері, залишається невідомим).

У Твіттері присутні як офіційні стосунки між користувачами – інформаційні агентства посилаються на сторінки політиків як на прямі офіційні джерела інформації, так і дружні – характерні як для звичайних користувачів, які стали «віртуальними» друзями у Твіттері або є друзями у реальному житті, так і для політиків та їх близьких товаришів або політичних однодумців, однопартійців тощо. Необхідно зазначити, що особливістю Твіттера є те, що часто користувачі коментують або оцінюють (технодискурсивна операція «Favori») твіти зовсім незнайомих їм осіб, вступають у дискусії (діалоги / полілоги) з незнайомими користувачами тощо; Твіттер-обговорення певних повідомлень швидко починається та так само швидко згасає, що вказує на специфічну властивість Твіттера об'єднувати у дискусії осіб, яких не пов'язують між собою ніякі соціальні стосунки.

Як можемо побачити, визначити точну аудиторію конкретного твіту практично неможливо: більш-менш вірогідним є те, що його прочитають «фолловери» автора твіту та «фолловери» осіб, які зроблять «ретвіт» цього твіту; якщо у твіті міститься хештег, то твіт «висвітиться» на екрані і інших користувачів мережі, які доєднаються до дискурсивного каналу, сформованого цим конкретним хештегом (натиснувши на нього у когось іншого на сторінці або ввівши його у рядок пошуку). Однак, Твіттер-повідомлення завжди залишаються доступними для всіх користувачів мережі Інтернет, навіть тих, які не зареєстровані у Твіттері.

Вісь ОР відображає параметри, пов'язані з прагматичними цілями висловлювання, які, в свою чергу, тісно пов'язані з екстралінгвістичною діяльністю учасників комунікації. Як зазначає М. Бахтін, «зв'язки між продукуваннями і соціо-політичною структурою […] прямо визначають всі можливі вербальні контакти між індивідами, всі форми і засоби вербальної комунікації: на роботі, у політичному житті, в ідеологічних побудовах. З іншого боку, форми і теми мовних актів виявляються, у свою чергу, умовами, формами і типами вербальної комунікації» [11, с. 38].

У класифікації, запропонованій І.Г. Лепетюк щодо прагматичної мети висловлювання, жанри поділяються на три підгрупи у відповідності до типів та сфер людської діяльності, при чому ці підгрупи знаходяться у ієрархічному підпорядкуванні: кожна наступна група належить до більш високого рівня комунікації і може використовувати жанри дискурсу попередньої групи. Отже, маємо наступні групи:

I – жанри дискурсу (ЖД) повсякденного спілкування (первинні):

1) ЖД дружнього спілкування (діалоги, листи, бесіди тощо);

2) ЖД автокомунікації (солілоки, авто-діалоги, щоденники);

3) ЖД офіційної комунікації (непрофесійної) (діалоги, листи, бесіди тощо);

4) ЖД комунікації у повсякденному житті (у магазинах, на пошті, всі види звертань щодо отримання інформації («renseignements») тощо;

II − жанри дискурсу професійної діяльності і соціального, політичного, економічного життя:

1) ЖД професійної діяльності (пов'язані зі специфікою професійної діяльності);

2) ЖД соціального і політичного життя (всі типи документів, закони, декрети, маніфести, декларації, ультиматуми, тексти пропаганди тощо);

3) ЖД економічної і комерційної сфери (реклама, проспекти, підрахунки, всі типи фінансових документів тощо);

4) ЖД журналістики інформативного характеру (новини, анонси, оголошення, репортажі тощо);

III − вторинні ЖД:

1) ЖД художньої комунікації (прозаїчні твори, поетичні жанри, драматичні п'єси, елементи фольклору (ігри, загадки, байки, пісні тощо);

2) ЖД наукової та педагогічної сфери (наукові публікації, конференції, виступи на колоквіумах, семінари і т. д.);

3) ЖД міфічної сфери і релігії (релігійні тексти, езотеричні тексти, міфи тощо);

4) ЖД журналістики аналітичного або художнього характеру (аналітичні дослідження, есе, мемуари тощо) [5, с. 32-33].

Нами не дарма були перераховані всі групи жанрів дискурсу, адже твіт як жанр дискурсу може належати до кожної з них. Пояснимо це твердження більш конкретно.

Початково Твіттер-повідомлення позиціонувалося як первинний жанр дискурсу, при чому і як ЖД дружньої комунікації, і як ЖД автокомунікації (з метою ведення особистого щоденника у мережі). Проте, з розвитком інтернет-технологій та розширенням мережі жанрова варіативність твіту урізноманітнилась: твіт як, наприклад, жанр політичної комунікації можна віднести до другої групи ЖД (специфічна професійна діяльність), твіт як інформаційне повідомлення набирає оберти як ЖД журналістики (твіти агенцій новин, твіти політиків, які слугують офіційним джерелом інформації, записи прес-служб тощо). До того ж, твіт став і текстом пропаганди та маніпулятивного впливу, тобто жанром агітації (II група). Окрім цього, багато твітів виступають у якості реклам та оголошень (ЖД економічної та комерційної сфери) та можуть містити зображення, фотографії, посилання на інші інтернет-сторінки, скановані версії уривків документів тощо).

Наголосимо, що певні твіти можемо віднести і до вторинних жанрів дискурсу, тобто третьої групи за класифікацією І.Г. Лепетюк: тут мова йде про твіттературу, а також Твіттер-комунікації у педагогічних цілях. Зокрема, зустрічаємо чудові приклади педагогічної Твіттер-діяльності у Канаді, де вчителі успішно використовують можливості Твіттера (полілоги, діалоги, хештеги як засіб пошукабельності дискурсу та формування дискурсивного каналу) для організації навчання у класі та вдома. У якості прикладів можна навести онлайн-діяльність А. Коте, вчительки французької

мови у Квебеку, яка організувала навчальні вправи у Твіттері за допомогою хештегу #devoirpt: кожного тижня учні мали висловлюватися у Твіттері на запропоновані теми, не порушуючи дискурсивні обмеження Твіттер-повідомлення (140 символів з урахуванням пунктуаційних знаків та пробілів); або ж ідею Д. Ренньяр, яка, використовуючи технодискурсивний потенціал мережі, розповсюджує виправлені вправи своїх учнів за допомогою хештегу #twittcorrigé тощо. Наголосимо, що Твіттер слугує також інформаційним місцем обміну і педагогічного навчання: кожної середи протягом шкільного року (у визначений проміжок часу) усі франкофонні вчителі-користувачі Твіттера мають можливість спілкуватися на запропоновану педагогічну тему під хештегом #claved («clavardage éducatif») [19]. Ця інформативно-навчальна діяльність, запроваджена науковцями Квебеку, стимулює продукування та обмін педагогічними та дидактичними вміннями та навичками між працівниками освіти [14, с. 27-29]. До того ж обов'язкова лаконічність, технодискурсивність, «псевдонімат» учасників, письмова полілогічність, підвищена конверсаційність (завдяки посиланням на зовнішні інтернет-джерела), віддалена присутність представників усіх континентів сприяють розвитку подібного потенціалу Твіттера у всіх сферах людської діяльності.

«*Твіттература*» («twittérature») є ще одним видом діяльності у Твіттері і, що вражає, було створено навіть Інститут Компаративної Твіттератури («Institut de Twittérature Comparée», ITC), на сайті якого можна побачити наступну презентацію: «Інститут Компаративної Твіттератури існує тому, що існує Твіттер. Тому що існує література. Тому що існують [літературні] тексти, що містять менше 140 символів (разом із пробілами). Тому що можна бути дотепним і розумним одночасно і навпаки. Тому що можна одночасно бути стислим і легким, «чорновим» і субтильним, повільним і швидким, раціональним та інтуїтивним («cérébral et viscéral»), поетичним і дискурсивним. Нарешті твіттература існує, бо нанориторика антитез, разом з оксиморонами, стимулює розквіт та палання; тут твіттература знаходить свою злітну смугу і дослідницьке поле» [20].

ІКТ посилається на японські хайку, романи-фейетони 19-го сторіччя, «вишукані трупи» («cadavre exquis») сюрреалістів, літературні досліди OuLiPo. Починаючи з 2008 року, з'являються «твіттеромани», «еротвіти», «твіллери» (твіт + триллер) тощо, у 2009 році, у момент публікації видання А. Асімана і Е. Ренсіна «Твіттература: Найвидатніші світові книжки, переказані у Твіттері» (серія пастишів на деякі канонічні літературні твори у формі твітів), виникає сам термін «твіттература».

На сайті ІКТ можна знайти довідник «твіттераторів», деякі з яких стали знаменитими у світі «твіттератури» і цифрового письма взагалі: деякі з них, як, наприклад, centquarante, twittlit та nanonouvelles, пишуть оповідання; інші ж, як pierrepalpleu (псевдонім Жана-Іва Фрешетта, якого називають «твіт-повстанцем»), nanopoesie або fanfolie, надають перевагу поезії; machinaecrire та aurise створюють «гібридні» тексти.

Зазначимо, що головною відмінністю між первинними (I, II група) і вторинними ЖД (III група) є те, що вторинні належать до іншого типу діяльності, яка не пов'язана з матеріальною продуктивністю суспільства [5, с. 34]. Як зазначає Ф. Франсуа, первинні жанри використовуються у соціальних практиках, вторинні ж «відтворюють» людський універсум» [13, с. 120]. Як можемо побачити, твіт в

залежності від його змісту та використання можна віднести і до першої, і до другої групи ЖД, що наочно демонструє гетерогенну жанрову палітру Твіттера.

Щодо прагматичних цілей твіту як висловлювання, які Ж.-П. Бронкарт, натхненний ідеями німецьких науковців, визначив у відповідності до чотирьох комунікативних інтенцій − проінформувати, роз'яснити, активувати, створити контакт [5, с. 35] − можемо зазначити, що Твіттер-повідомлення характеризується наявністю усіх цих цілей одночасно, проте, в залежності від ситуації Твіттер-комунікації та її змісту, певна комунікативна мета стає першочерговою.

І, нарешті, вісь ОС відображає умови комунікації, які поділяються на три групи: часо-просторові умови; технічні засоби комунікації; соціальні або «людські» фактори (фактор свободи тощо).

Під часо-просторовими умовами мається на увазі рівень віддаленості співрозмовників та час, якого вимагає їх комунікація, тобто наголос робиться на необхідності / можливості миттєвої або відтермінованої відповіді (певні ЖД передбачають лише «німу» відповідь або відтерміновану відповідь-реакцію (наприклад, ЖД літературної сфери або журналістики). Розглядаючи Твіттер у цьому аспекті, зазначимо, що початково твіти передбачали лише «німу» відповідь читачів (подібно до літературних творів), зараз же з'являється велика кількість твітів, які є орієнтованими на створення полілогічної дискусії, взяти участь у якій можна не обов'язково у конкретний проміжок часу: подібні дискусії розтягуються на місяці, навіть роки. Інформаційні ж твіти можуть бути розрахованими як на миттєву реакцію, так і на реакцію «після того, як» (маються на увазі коментарі-відгуки користувачів, що з'являються задовго після впровадження у життя того, про що йшлося у твіті). Не варто забувати і про критерій популярності твітів − ретвіти – які можуть бути як своєрідним схвальним «feed-back»-ом, який прагнуть отримати більшість користувачів цієї інтернет-мережі, так і засобом інтернет-цитування з метою критики твіту або його автора. Як бачимо, Твіттер не має жодних часо-просторових обмежень для повідомлень, це часо- та просторово- «відкрита» комунікаційна система.

Фактори третьої групи фактично нівелюються у Твіттері, адже він пропонує повну свободу від політичної цензури і, за бажання користувача, його анонімність (за що на Твіттер час від часу лунають нападки урядів та політичних режимів); визначальна конститутивна роль технічних засобів Твіттера (2-га група факторів вісі ОС) нами була вже наголошена та проаналізована.

Схема кубу, за якою позиція кожного ЖД визначається трьома координатами (евклідівська геометрія), унаочнює, як вибір ЖД залежить від поєднання факторів, представлених трьома осями. Будь-яка зміна комунікативного контексту провокує зміну ЖД або певних характеристик ЖД.

Отже, можемо побачити, що твіт як жанр Твіттер-комунікації має свої види в залежності від типу дискурсу, до якого належить; тип же дискурсу, у свою чергу, визначається насамперед сферою професійної діяльності та прагматичною метою створення повідомлення. Проаналізовані твіти усі належать до (соціо-) медійного дискурсу, проте, беручи до уваги те, що у наш час медійний дискурс і, зокрема, медійний дискурс Твіттера є, за Г. Гальзо і Н. Пелісьє, «маленькою копією світу» [18], то він

сам має такі різновиди, як медійний політичний, медійний рекламний, медійний науковий (до якого належить і медійний педагогічно-дидактичний), медійний медійний (медійний інформаційний) та, навіть, медійний художній дискурси, і, відповідно, різні твіти належать до різних вищезазначених різновидів медійного дискурсу.

Варто зазначити, що твіти, які належать до різних типів дискурсу, мають різні конкретні характеристики власне мовного оформлення. Зокрема, твіти інформаційних агенцій, тобто твіти медійного інформаційного дискурсу, успадкували форму заголовків статей щоденних газет (ключове слово (назва місцевості), двокрапка, речення-констатація події, що трапилася), твіти ж медійного художнього дискурсу постають, фактично, міні-есе тощо.

Отже, для жанрового визначення «твіту» як технодискурсивного жанру Твіттер-дискурсу ключове значення має «середовище» його існування та функціонування; оформлення, зміст та «склад» твіту безпосередньо залежать від типу медійного дискурсу, до якого він належить (виділяємо медійний політичний, медійний рекламний, медійний науковий (до якого належить і медійний педагогічно-дидактичний), медійний медійний (медійний інформаційний) та медійний художній дискурси). Стабільними особливостями твіту як жанру залишаються його технодискурсивна природа, загальний (спільний) адресат – абстрактний колектив інтернет-спільноти, загальна (спільна) прагматична мета – активувати, привернути до себе увагу, загальні (спільні) часо-просторові умови (з деякими варіаціями в залежності від типу дискурсу) і, звичайно, обмежений об'єм Твіттер-повідомлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бурбело В.Б., Лепетюк І.Г.* До теорії мовленнєвих жанрів М.М. Бахтіна та критеріїв їх класифікації / В.Б. Бурбело, І.Г. Лепетюк // Вісник Київськ. нац. ун-ту ім. Т. Г. Шевченка. – Серія : "Іноземна філологія" /гол. ред. О.І. Чередниченко. – К. : Видав. центр "Київський університет", 2000. – Вип.30. – С. 31–35. 2. *Горошко О.* Новий конвергентний жанр 2.0. – Твіттинг… // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. − 2011. − № 52 − С. 210-223. 3. *Горошко Е.И., Землякова Е.А., Полякова Т.Л.* Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации на примере коммуникативного сервиса «Твиттер» // Жанры речи: Сб. науч. статей. – Саратов – Москва: Лабиринт, 2012. − Вып. 8. − С. 344-357. 4. *Копцева В.А.* Жанр твиттинга в политическом дискурсе Г. А. Зюганова // Сибирский филологический журнал. − 2016. − № 1 − С.144-154. 5. *Лепетюк І.Г.* Typologie du discours, leur analyse, classification et aspect intertextuel. – Київ: КНУ ім. Т.Шевченка, 2005. − 102с. 6. *Степанов Ю.С.* Альтернативный мир, дискурс, факт и принципы причинности // Язык и наука конца XX века. − М., 1995. − С. 35-73. 7. *Федоров А.О., Юрик И.В.* Как продвигать библиотеку в Твиттер. Секреты «кухни» библиотечного микроблога. − М.: Пашков дом, 2013. – 80 с. 8. *Щипицина Л.Ю.* Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография / Л.Ю. Щипицина. – Архангельск : Поморский университет, 2009. – 238 с. 9. *Щипицина Л.Ю.* Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. на здобуття наук. ступеня дисс. докт. филол. наук / Л. Ю. Щипицина. – Воронеж, 2011.– 40 с. 10. *Bachtine M.* Esthétique de la création verbale. – P.: Gallimard, 1984. – 488 p. 11. *Bachtine M.* Esthétique et théorie du roman. – P.: Gallimard, 1978. – 400 p. 12. *Brassac C. et al.* Interweaving objects, gestures, and talk in context // Mind, Culture and Activity: An International Journal. – 2008. – №15 (2). – P. 208-233. 13. *François F.* Le discours et ses

entours. – Paris-Montréal: L`Harmattan, 1998. – 285p. 14. *Paveau M.-A*. Activités langagières et technologie discursive. L'exemple du réseau de micro-blogging Twitter // Colloque de la VALS-ASLA: Le rôle des pratiques langagières dans laconstitution des espaces sociaux pluriels d'aujourd'hui (1-3 février 2012). –Université de Lausanne, 2012. – Режим доступу: http://penseedudiscours.hypotheses.org/8338. 15. *Paveau M.-A.* Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature // Pratiques. – 2013. – №157-158. – P. 7-30. 16. *Paveau M.-A*. Les prédiscours. Sens, mémoire, cognition. – Paris: Presses Sorbonne nouvelle, 2006. – 250 p. 17. *Paveau M.-A*. Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique // Liénard, F. Culture, identity and digital writing, Epistémè 9, Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées. – Séoul: Université Korea, Center for Applied Cultural Studies, 2013. – P. 139-176. 18. *Pélissier N. & Gallezot G*. Twitter: Un monde en tout petit? – Paris: Editions L'Harmattan, 2013. – 260 p. 19. http://claved.wordpress.com/2012/03/30/une-nouvelle-envolee-pour-le-claved/. 20. http://www.twittexte.com.

Давидюк Н.А., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТВИТ КАК ЭНДЕМИЧЕСКИЙ ТЕХНОДИСКУРСИВНЫЙ ЖАНР ТВИТТЕР-ДИСКУРСА

В статье исследуется твит как новый природный технодискурсивный жанр цифровой экосистемы Веб 2.0 и анализируется функциональность жанра «твит» с точки зрения его способности представлять разные типы цифрового медийного дискурса по модели трехмерного открытого куба на основе исследований М. Бахтина.

Ключевые слова*: технодискурсивность, жанр твита, жанр твиттинга, технодискурсивная среда, медийный дискурс, гибридные Интернет-жанры.*

Davydiuk N., PhD Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

TWEET AS ENDEMIC TECHNODISCOURSIVE GENRE OF TWITTER-DISCOURSE

The article explores tweet as new natural technodiscoursive genre of digital ecosystem Web 2 .0 and analyses its functionality as to representation of different types of digital media discourse using the model of three axis open cube, on the basis of M. Bakhtin's researches.

Keywords*: technodiscoursivity, tweet, tweeting, technodiscoursive environment, media discourse, hybrid Internet-genres.*

УДК 811.162.1’373.613:159.923

Дем’яненко Н.Б., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПОЛЬСЬКІЙ, УКРАЇНСЬКІЙ ТА РОСІЙСЬКІЙ МОВАХ

У статті аналізуються трансформації фразеологічних одиниць та їх структурно-семантичні типи у польській, українській та російській мовах.

Ключові слова*: фразеологічна одиниця, фразеологічні трансформації, засоби масової інформації.*

Відповідно до реалій часу мовна картина світу піддається певним змінам, і хоча ці зміни відбуваються по-різному стосовно кожного рівня мови та її підсистеми, це призводить до процесів трансформації на всіх мовних рівнях. Найбільші зміни характерні для тих мовних підсистем, що безпосередньо пов’язані з вираженням семантики і прагматики як у номінативному, так і комунікативному процесах.

Загальновідомо, що лексичний склад мови – це найбільш рухливий процес трансформацій мовних засобів внаслідок розумової діяльності людини, оскільки особливість лексичних засобів мови полягає у номінуванні усього нового, що з’являється в дійсності. Будь-яка епоха породжує велику кількість слів і зворотів, які з’являються відповідно до змінених потреб, цінностей і реалій життя, але в періоди інтенсивного розвитку суспільства, соціальних змін і катаклізмів процеси трансформації в мові, а особливо в її лексико-семантичній системі, найбільш масштабні. Активізація соціальних процесів створює явища трансформації не тільки в лексиці мови, а й у фразеології, причому, у фразеології вони є більш інтенсивними і значущими. Як справедливо зазначав видатний дослідник фразеології О.М. Бабкін, «ідіоматика – це «святая святих» національної мови, в якій неповторним чином маніфестується дух і своєрідність нації» [7, с. 174].

Метою нашої статті було дослідити і систематизувати види фразеологічних трансформацій у текстах і заголовках сучасних польських, українських та російських засобів масової інформації. **Джерельну базу** нашої розвідки складали фразеологічні одиниці, використані у польських, українських та російських періодичних виданнях. Вибір цих видань був довільним і необмеженим.

Слід зазначити, що стосовно визначення фразеологічних одиниць ми дотримуємося точки зору В.Л. Архангельського, О.С. Ахманової, Л.А. Булаховського, В.М. Телії, М.М. Шанського, які відносять до фразеологізмів не лише ідіоми, а й прислів’я, приказки, фразеологічні сполучення і крилаті слова, тобто фразеологічні вирази за термінологією М.М. Шанського [9, с. 44].

Вживаючи термін «трансформація», ми виходимо із цитати Т.С. Гусейнової про те, що трансформація – це «будь-яке відхилення від загальноприйнятої норми, закріпленої у лінгвістичній літературі, а також її імпровізована зміна з

експресивно-стилістичною метою» [4, с. 7]. А, отже, у нашій статті ми використовуємо термін «трансформація» у значенні імпровізована зміна.

Читаючи і досліджуючи у лінгвістичному аспекті періодичні видання, ми спостерігаємо безперервну зміну мови і стилю, оскільки сучасні засоби масової інформації можна розглядати як «своєрідний полігон для формування мовних процесів, нових тенденцій у сучасній мові, які викликані різноманітними екстралінгвістичними факторами [8, с. 112].

Фразеологічні трансформації розглядаються у працях багатьох дослідників фразеологічних одиниць: В.В. Виноградова [1], Н.М. Шанського [9], О.І. Молоткова [6], Т.С. Гусейнової [4], Е.Д. Головиної [2], В.В. Горлова [3], Л.І. Житеневої [5] та ін. Проаналізувавши існуючі класифікації фразеологічних трансформацій, можна зробити висновок про те, що лінгвісти не мають спільної думки про способи трансформації фразеологічних одиниць. Проте, ми спробували поділити усі трансформації на 4 найбільш узагальнені групи.

1. Семантичні трансформації. Ці трансформації наповнюють фразеологічний зворот новим змістом при збереженні його лексико-граматичної цілісності. При семантичних трансформаціях відбувається наповнення фразеологізму новим змістом у нових умовах контексту, при цьому зберігається його лексико-граматична цілісність. Розглянемо приклади семантичних трансформацій у різних мовах.

На подвійну актуалізацію фразеологізму *trzymać rękę na pulsie (czegoś)* «добре орієнтуватися в актуальній ситуації, уважно слідкувати за перебігом чогось» натрапляємо в контексті: *On zawsze trzymał rękę na pulsie mód i obyczajów. To był lekarski nawyk*. Як бачимо з наведеного прикладу, ми маємо справу із фразеологізмом *trzymać rękę na pulsie*. Однак, у подальшому контексті на нього накладається буквальне значення словосполучення. Буквальне значення одного компонента-прикметника *lekarski* «лікарський» фразеологізму спричинило відродження дослівного значення цілого фразеологізму.

У газетному повідомленні російськомовного видання зустрічаємо фразу про те, що *Московские власти достанут диггеров из-под земли.* Як бачимо, фразеологізм *достать из-под земли* («дістати щось за будь-яку ціну, чого б це не коштувало») трансформується у вільне словосполучення. Тобто тут йдеться про те, що влада буде ловити і штрафувати порушників закону про заборону прогулянок по каналізаційній системі Москви.

Інший приклад вживання фразеологізму в обох його значеннях (буквальному і фразеологічному) маємо у прикладі з українського періодичного видання: *У метро наполегливо цвітуть і пахнуть розсадники усіляких інфекцій – бомжі.* Тут ми маємо справу із фразеологізмом, на який також накладається буквальне значення словосполучення, оскільки йдеться про неприємний запах, який розноситься від бомжів. Саме лексема *бомж* спричиняє дослівне значення усієї фразеологічної одиниці.

2. Лексичні трансформації. Це, на нашу думку, найбільш цікавий вид трансформацій. При лексичних трансформаціях відбувається заміна одного або декількох компонентів фразеологізму. Розглянемо приклади.

Перетворення фразеологічного виразу *курчат по осені рахують* бачимо у цитаті із українського журнального тексту: *Порушників порахують по осені.* Таку саму заміну лексеми *кохання* на лексему *танго* спостерігаємо у цитаті з україномовної газетної статті: *Танго всі віки покірні.*

У російськомовних періодичних виданнях теж спостерігається велика кількість використання лексичних трансформацій. Так, у статті про московського безпритульного Сашка, який знайшов на вулиці нову маму, читаємо: *Перевоплощение блудного сына* (від фразеологічного звороту біблійного походження *возвращение блудного сына*). Фразеологічний зворот *а воз и ныне там* «справа, яка стоїть, не робиться, не рушає з мертвої точки» – крилатий вираз з байки І.А. Крилова. Це фразеологізм, трансформації якого дуже широко використовуються у російськомовних періодичних виданнях. Наприклад, у цитаті *а гроб и ныне там* з газетної статті мова йде про мавзолей. У статті про платні стоянки в аеропортах зустрічаємо фразеологічну трансформацію *шлагбаум и ныне там* цього ж фразеологізму *а воз и ныне там*. У статті про думки покупців щодо доцільності музичного фону у великих магазинах зустрічаємо використання лексичної трансформації фразеологічного звороту *реклама – двигатель торговли* у цитаті *Алла Пугачова как двигатель торговли.*

Польські періодичні видання теж не стоять осторонь фразеологічних трансформацій. Так, можемо зустріти такі трансформації фразеологізму *złota młodież* «розбещена надмірним достатком молодь, що веде безтурботний стиль життя, користуючись соціальним статусом і матеріальним становищем своїх батьків» у використаних фразеологічних зворотах *jabłkowa młodzież*, *bananowa młodzież*. Трансформація фразеологізму *zaglądać do kieliszka, butelki* «регулярно вживати алкоголь» спостерігається у цитаті *zaglądać do kufla*. Шляхом заміни компонента *kieliszek* «чарка» (або його варіанта *butelka* «пляшка») на *kufel* «кухоль» конкретизовано сему «алкоголь» семантичної структури вихідного фразеологізму: трансформація *zaglądać do kufla* набуває денотативного значення «регулярно вживати пиво». Іншим прикладом вживання модифікованого фразеологічного звороту є рекламний текст *Masz świat w zasięgu karty*. Даний текст виник внаслідок заміни компонента фразеологізму *w zasięgu ręki*. Подібним чином відбулася модифікація фразеологізму *wziąć coś na rozum* у газетному тексті *Weź to na spokój!* У текстах періодичних видань можемо зустріти вживання фразеологічних трансформацій *grać na tej strunie, gra na tej nucie*, утворених від фразеологізму *grać, zagrać na czyichś uczuciach, nastrojach, emocjach* – «використовувати, зазвичай цинічно, чиїсь почуття, настрої або емоції для досягнення власної мети». У цих прикладах ми бачимо, що компоненти фразеологізму, які замінюють назви почуттів, пов'язані із основним значенням дієслова *grać*. Але ця заміна не несе зміни семантики фразеологізму.

3. Морфологічні трансформації. Це трансформації, що відбуваються на рівні граматичної форми, тобто полягають у заміні граматичної форми одного або декількох компонентів.

Так, зміну граматичної форми одного з компонентів можемо спостерігати у наступній цитаті із польського періодичного видання: *Jego opór to walka z wiatrakiem*

(замість *walka z wiatrakami*); *Bez zmrużenia powieka* (замість *bez zmrużenia powiek*); *Mieć większy problem na głowie* (замість *mieć większe problemy na głowie*.

Із фразеологічними трансформаціями пов'язаний семантичний розвиток окремих слів-компонентів фразеологізму: їх актуалізація, виявлення прихованих семантичних і словотвірних можливостей активізує утворення нових сполучень. Так, сучасний етап розвитку, наш час у російській мові все частіше носить назву *времечко*. З цим пов'язано формування таких фразеологізмів, як *герои нашего времечка* від *герой нашего времени*; *всему свое времечко* від фразеологізму *всему свое время*.

В українських періодичних виданнях можемо зустріти наступні випадки морфологічних трансформацій фразеологічних одиниць. У цитаті: *життя підсунуло свиню* фразеологізм «підсунути свиню» із значенням «навмисне чи ненароком завдавати кому-небудь прикрощів, чинити підлість або діяти підступно проти когось», орієнтований на суб'єкт дії – особу, пов'язується із абстрактним поняттям – «життя». Внаслідок цього виникає контекстуальне фразеологічне значення, у якому змінюється компонент і формується новий набір семантичних компонентів. У іншому прикладі *всі скрині всіх Пандор* маємо зміну граматичної форми базового фразеологізму *скринька Пандори* – «вмістилище зла, лиховісний дар»*;* у прикладі *Рубали хвилини мечами Дамокла* – граматична трансформація фразеологічної одиниці *меч Дамокла* – «небезпека або неприємність, що постійно загрожує комусь»

4. Синтаксичні трансформації. Трансформації такого типу мають місце тоді, коли відбувається зміна у компонентному складі фразеологічної одиниці. Введення додаткових слів у фразеологічні звороти надає їм нових смислових відтінків. Наприклад: *Поганий час для спільних виступів – можна сісти в брудну калюжу*. У цьому прикладі використаний фразеологізм *сісти в калюжу* – «поставити себе в незручне, дурне, смішне становище». Як бачимо, прикметник *брудна*, введене в цей фразеологізм, розширює значення звороту: «дозволити себе втягнути в нечесну гру, стати жертвою махінацій вороже налаштованих людей». Іноді можемо спостерігати скорочення того чи іншого фразеологізму. Так, у прикладі *дим без вогню* можемо спостерігати скорочення звороту *немає диму без вогню,* яке ілюструє загальну причинність у світі. Дана ж трансформація використана для визначення марної паніки. У цитаті з україномовного періодичного видання *І чому губителів природи ніхто не вдарить як слід по руках?* бачимо поширення фразеологізму *вдарити по руках* компонентами, які надають одиниці підсилюючого значення.

Поряд із збільшенням компонентного складу, можемо спостерігати й скорочення прислів'їв, приказок та інших фразеологічних одиниць. Наприклад, пол. *rzucać słowa* (від *rzucać słowa na wiatr*), *po nitce do kłębka* (від фразеологізму *dojść po nitce do kłębka*), *woda jest za mokra* (від фразеологізму *woda jest za mokra, a cukier za słodki*), *upiec pieczeń* (від фразеологізму *upiec pieczeń przy jednym ogniu*); укр. *про вовка промовка* (від *про вовка промовка, а вовк до хати*), *око за око* (від *око за око, зуб за зуб*), *ні сіло, ні впало* (від *ні сіло, ні впало дай баба сало*); рос. *заварить кашу* (від *заварил кашу, сам и расхлебывай*), *чужими руками* (*чужими руками жар загребать*), *ни в зуб ногой* (від *ни в зуб ногой не втолкнешь*) тощо.

Таким чином, фразеологія – це особливий розділ лінгвістичної науки, що відображає все багатство та повноту образних засобів мови. Трансформування фразеологічних одиниць призводить до розширення можливостей їх трактування та суб'єктивної інтерпретації носіями мови, що виражається у вигляді так званих нюансів смислу, які у кожній конкретній ситуації вносять щось своє у трактування фразеологічної одиниці. Усі фразеологічні трансформації можна поділити на чотири великих групи: 1) семантичні трансформації, 2) лексичні трансформації, 3) морфологічні трансформації та 4) синтаксичні трансформації. Найбільш часто вживаними є лексичні трансформації.

Проаналізувавши використання фразеологізмів у польських, українських та російських періодичних виданнях, можна зробити висновок про те, що використання традиційних, базових фразеологічних одиниць помітно скорочується, тоді як кількість трансформованих фразеологічних одиниць помітно збільшується. Авторське трансформування фразеологічних одиниць сприяє більшому контакту з читачем, для якого важливим є виразність і образність, яку містить той чи інший трансформований фразеологізм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Виноградов В.В.* Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В.В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М., 1977. – 312 с. 2. *Головина Э.Д.* Виснет ли брань на воротах? Как мы коверкаем фразеологизмы / Э.Д. Головина // Русская речь. – 2003. – № 5. – С. 61–65. 3. *Горлов В.В.* Фразеологизмы как средство выразительности на страницах газет / В.В. Горлов // Русский язык в школе. – 1992. – № 5/6. – С. 35–37. 4. *Гусейнова Т.С.* Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии / Т.С. Гусейнова. – Махачкала, 1997. – 188 с. 5. *Житенева Л.И.* Фразеологизмы – средство газетной выразительности / Л.И. Житенева // Русская речь, 1984. – № 5. – С. 69–73. 6. *Молотков А.И.* Основы фразеологии русского языка / А.И. Молотков. – М.: Наука, 1977. – 284 с. 7. *Назарова З.О.* Ишкамские фразеологии в этнокультурном контексте // Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках / В.Н. Телия (отв. ред.) – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 174 – 179. 8. *Турута И.И.* Сложные новообразования в русскоязычных масс-медийных текстах / И.И. Турута // Семантика и прагматика языковых единиц в синхронии и диахронии: сб. науч. трудов. – ТНУ: Симферополь, 2010. – С. 112–115. 9. *Шанский Н.М.* Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский. – М.: Высшая школа, 1969. – 159 с.

Демьяненко Н.Б., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПОЛЬСКОМ, УКРАИНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В статье анализируются трансформации фразеологических единиц и их структурно-семантические типы в польском, украинском и русском языках.

***Ключевые слова**: фразеологическая единица, фразеологические трансформации, средства массовой информации.*

Demyanenko N.B., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PHRASEOLOGICAL TRANSFORMATION IN POLISH, UKRAINIAN, AND RUSSIAN LANGUAGES

The article analyzes the transformation of phraseological units and their structural and semantic types in Polish, Ukrainian, and Russian languages.

Keywords: *phraseological units, phraseological transformation, media.*

УДК 81’373.7=512.161

Дика Л.С., магістр
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОЛОРИСТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ

У цьому дослідженні на матеріалі сучасної турецької мови розглядаються фразеологізми з колористичним компонентом. Проаналізовано семантичні особливості кольоративу, виділено групи відповідно до семантики лексем. Велика увага приділяється найбільш частотним фразеологічним одиницям з компонентом білого, чорного, червоного кольорів.

Ключові слова*: фразеологізм, кольоратив, семантичний аналіз.*

Фразеологізми є унікальним явищем кожної мови світу, оскільки в них закладено інформацію про позамовну дійсність, що дає можливість досить влучно та образно відображати матеріальне і духовне життя певного народу, передавати його дух та колорит. У фразеологічному словнику української мови подано таке визначення: «Фразеологізми – це семантично зв’язні і структурно замкнені мінімальні синтаксичні одиниці з номінативною функцією в комунікативній системі мови, семантична структура яких не мотивується лексичними значеннями їх постійних компонентів» [9, с. 3]. Таким чином, фразеологізми утворюють специфічну систему одиниць кожної мови.

У мовознавстві є різні підходи щодо окреслення меж фразеології. Погляди представників широкого розуміння об’єкта фразеології полягають у тому, що до цього розділу слід віднести прислів’я, приказки, крилаті вислови, афоризми, цитати, сентенції, парадокси тощо. Вчені кваліфікують фразеологізми як стійкі фрази замкненого типу або фразеологічні одиниці предикативного характеру. Послідовниками цієї теорії є такі науковці, як А. Аксой, Д. Аксан, В. Архангельський, В. Виноградов, О. Кунін, О. Райхштейн, Л. Скрипник, В. Ужченко, М. Хенгірмен, І. Чернишова. Проте прихильники вузького підходу до меж фразеології стверджують, що вислови нефразеологічного типу, які співвідносяться з предикативними конструкціями, слід розглядати за межами фразеології. Тобто дослідники не включають прислів’я та приказки до складу фразеології. Прибічниками цього підходу є такі вчені, як Л. Авксентьєв,

Н. Амосова, О. Молотков, С. Ожегов, В. Телія. У цій роботі ми будемо дотримуватися широкого підходу до об'єкта фразеології, оскільки ми також схиляємося до думки, що прислів'я та приказки володіють ознаками фразеологізмів, зокрема, мають сталу форму, є короткими та лаконічними, не мають певного автора, передають дійсність переважно у метафоричній формі [6, с. 115].

У сучасній турецькій мові значне місце займають фразеологічні одиниці з колористичним компонентом. Колір – це життєво необхідна складова, оскільки значною мірою включений у культурні традиції народу й біологічно пов'язаний із психогенетичним кодом кожної людини [2, с. 117]. Кожен із кольорів несе в собі певне інформаційне навантаження. Тому можна стверджувати, що фразеологізми з колористичним компонентом дають можливість зрозуміти специфічність світовідчуття та світосприйняття певного народу. Дослідження назв кольорів посідає провідне місце у лінгвістиці, оскільки кольоративи являють собою значний пласт лексичного словника мови і активно використовуються. У сучасній турецькій мові існує велика кількість фразеологізмів із компонентом кольору, і, на наш погляд, вони вимагають додаткового вивчення. Семантичний аналіз фразеологізмів із колористичним компонентом через культурно-етнічне висвітлення зумовлює **актуальність дослідження**.

Національно-культурна семантика фразеологізмів із колористичним компонентом викликає особливий інтерес у науковців. Тому фразеологізми з кольоративами стали об'єктом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників. Серед вітчизняних учених фразеологізми з колористичним компонентом досліджували О. Дзівак, В. Крепель, О. Пророченко та інші. Через призму фразеологічного багатства української мови Т. Білоха описував семантичну парадигму фразеологічних одиниць із кольоронайменуваннями; О. Кучерук працювала над образною природою семантики фразеологізмів із колористичним компонентом; О. Куцик дослідила символи-кольоративи *білий* і *чорний* у складі фразеологізмів; кольоративи-компоненти фразеологічних одиниць стали предметом дослідження Т. Парфьонової. Фразеологізми, що мають у своїй структурі кольоратив, брали за об'єкт своїх досліджень такі тюркологи, як Р. Закіров (татарська мова), А. Майзіна (алтайська мова), С. Садикова (кумикська мова), М. Хасанова (казахська мова). Слід відзначити, що на ниві російської лінгвістичної тюркології А. Кононов глибоко дослідив семантику кольорової гами турецької мови.

У турецькому мовознавстві серед найвідоміших науковців, які присвятили свої дослідження кольоративам, слід відзначити Д. Гульшаха, З. Каймаза, С. Кючюка, Н. Гьозайдина. В українській тюркології семантика кольорів турецької мови є предметом досліджень численних статей І. Покровської; стаття І. Каян присвячена метафорично-конотативним значенням назв кольорів у сучасній турецькій мові.

Новизна цього дослідження полягає в аналізі семантики турецьких фразеологізмів із назвами кольорів і здійсненні їхньої семантичної класифікації.

Мета дослідження – аналіз семантики фразеологізмів із колористичним компонентом у турецькій мові, визначення принципів відбору найвлучніших відповідників для перекладу українською мовою.

Досягнення поставленої мети вимагає виконання низки таких **завдань**, як систематизація відомостей про фразеологізми з колористичним компонентом та історію їх

досліджень; аналіз семантичного значення фразеологізмів із кольоративами; класифікація фразеологічних одиниць за семантичним значенням; підбір українських відповідників для адекватного перекладу; висновки щодо подальших досліджень.

Об'єктом дослідження є фразеологізми сучасної турецької мови, у структурі яких є назви кольорів (на матеріалі турецьких фразеологічних словників). **Предметом** дослідження є сутність кольоративів як компонентів фразеологічних одиниць турецької мови.

При підготовці статті були використані такі **методи**, як описовий, метод компонентного аналізу значення кольоративів у фразеологізмах, метод семантичного тлумачення, порівняльний та зіставний методи.

Слід зауважити, що загалом у мовознавстві не існує уніфікованого терміну для позначення відтінків кольорів. У роботах лінгвістів зустрічаються різноманітні терміни для цієї лінгвістичної одиниці. Зокрема, Д. Борисова відзначає, що існують такі поняття, як «кольоропозначення», «кольоронайменування», «ім'я кольору», «назва кольору», «колірний термін», «термін кольору», «найменування з колірним компонентом», «хроматонім», «кольоратив», «колоронім» [1, с. 33]. На її думку, термін «кольоратив» є найвдалішим варіантом серед усіх, оскільки його можна використати для позначення назви кольорів будь-яких відтінків, чого не можна зробити, наприклад, із терміном «хроматонім», що не включає у себе назви ахроматичних кольорів – білого, чорного, сірого. Тому у своїй роботі ми будемо дотримуватися цієї ж думки.

І. Ковальська стверджує: колороніми (від лат. color – колір, гр. onima – ім'я), або кольороназви визначаються як лексеми, денотативним значенням яких є ознака кольору [4, с. 19]. Кожен колір має своє значення, символіку, емоційне й психологічне наповнення. Відомо, що колір має прямий зв'язок із історією народу, його культурою, побутом, традиціями тощо. Символіка кольору спирається на повсякденний досвід людини, на психологічні особливості ментальності народу, на асоціативні переконання. Тим самим символічність кольорів дає нам можливість дослідити специфічні риси кольорів, які характерні для турецької лінгвокультурної традиції.

У турецькій мові для позначення деяких кольорів існує по дві назви. Це, в першу чергу, зумовлено історичними причинами. Наприклад, для позначення кольоративу *білий* у турецькій мові використовуються дві лексеми: *beyaz* (походить від арабського іменника *bayāḍ* – білизна, використання у якості прикметника характерне для турецької мови) – *ak* (лексема власне тюркського походження) [5, с. 106]. Так само і *чорний* колір у турецькій мові має дві назви: *siyah* – арабська та *kara* – тюркська лексеми. Що стосується *червоного* кольору, то для позначення цього кольоративу закріплено три майже синонімічні лексеми: *al, kızıl* (мають тюркське походження) та *kırmızı* (арабське походження).

У нашому дослідженні ми будемо аналізувати фразеологічні одиниці з такими компонентами, як *ak*, *beyaz*; *kara*, *siyah*; *al*, *kırmızı, kızıl*, які зустрічаються у фразеологізмах сучасної турецької мови найчастіше.

Переважна більшість фразеологізмів із кольоративами вживається в переосмисленому значенні. Саме в результаті переосмислення значень кольорів виникають такі ідіоми та фразеологізми, у структурі яких колір уже має значення символу, часто з

національно-культурною специфікою [3, с. 170]. Тобто можна говорити про образність та метафоричність колірного компонента.

Відтак, можемо класифікувати фраземи з компонентом *ak, beyaz* відповідно до таких семантичних значень:

1) **честь, гідність**. У фразеологічних одиницях, які характеризують людину, білий колір допомагає дати позитивну оцінку з морально-етичної точки зору. До прийняття ісламу існували турецькі шамани, які ототожнювали білий колір із величчю, справедливістю, силою, вважали його джерелом благого. Головний убір шаманів, ковпак, виготовляли з білої шкіри молодого ягняти, тому білий колір набув символу безгрішності, високого чину [7, с. 190]. Цікаво, що турецький народ порівнює совість людини з білим обличчям, а не з якоюсь іншою частиною тіла, оскільки, наприклад, в українській мові «білолиций» має значення «красивий». У цьому випадку кольоратив *білий* вживається метафорично:

yüz akı ile çıkmak (букв. вийти з білим обличчям) ‘високо тримати голову’, тобто мати хорошу репутацію;

alnının akı ile (букв. з білим чолом) ‘тримати марку’, ‘держати фасон’;

alnı ak, yüzü pak (букв. його чоло біле, обличчя чисте) ‘мати світле око’, ‘бездоганний, як скло’, тобто совісна, чесна людина;

iki cihanda yüzü ak olmak (букв. бути з білим обличчям в обох світах) ‘невинний, як Адам і Єва в раю’;

beyaza çıkmak (букв. дійти до білого) ‘виправдовуватися’;

beyaza çıkarmak (букв. відбілити) ‘тримати чиюсь репутацію’, тобто виправдати когось.

2) **чистота, краса.** Молоко матері як першопродукт для годування дитини, як і для усіх народів світу, для турецького народу є важливим компонентом повсякденного життя. Тому фраземи з кольоративом *білий* можуть мати відтінок благого значення.

Anamın ak sütü gibi helal olsun ‘Нехай буде таким же благим, як молоко матері’.

Ak süt emmiş (букв. той, хто пив у дитинстві біле молоко) ‘з аристократичної родини’.

Окрім цього, слово *білий* у турецькій мові має конотативне значення чистоти, невинності:

ak pak (букв. білий та чистий) ‘як нова копійка’, ‘як вилизаний язиком’;

akça pakça (букв. біленький, чистенький) ‘чепурний, як цяцька’.

Як і більшість народів світу, турецький народ ототожнює білий колір із весіллям. За давніми традиціями дівчата носили на голові червоні хустки до одруження, а вже у день весілля мали право одягнути білу хустку та відповідно білу сукню. Турки сприймають молоду наречену у білому вбранні як символ чистоти та краси. Тому за лексемою *білий* закріпилося конотативне значення краси:

ak topuk beyaz gerdan (букв. білий підбор, біла шия, тобто красива жінка) ‘хоч з лиця води напийся;

akı ak karası kara (букв. і біла, і чорна) ‘з білим тілом, чорним волоссям та темними очима’, тобто гарна.

Beyazın adı var, esmerin tadı var ‘У блондинок слава, у брюнеток – шарм’.

3) **значення новизни**. У деяких фразеологічних одиницях білий колір має відтінок новизни. Тут він найсильніше проявляє семантичне значення першоджерела, початку, вживається образно:

beyaz sayfa açmak (букв. відкрити білу сторінку) ‘почати з чистої сторінки’;

beyaz etmek ‘переписати набіло’.

4) **старість, зрілий вік**. Тюркські народи, як і більшість народів, асоціюють білий колір зі старістю. Біла борода вважається символом знання, великого життєвого досвіду та поваги до людини. У даних фразеологізмах лексема *білий* вживається переосмислено, оскільки вказує на сивий колір волосся як на індикатор зрілого віку:

ak düşmek (букв. почати сивіти) ‘вмочити в молоко’;

ak saçlı (букв. з білим волоссям) ‘сивий, як голуб’;

ak sakaldan yok sakala gelmek (букв. дожити до віку, коли вже і сивої бороди не залишилося) ‘виходити з літ’, ‘загнатися в літа’, ‘їхати з ярмарку’;

sakakları beyazlanmak (букв. скроні сивіють) ‘порости мохом’.

5) **негативне значення.** Попри те, що білий колір асоціюється лише з позитивними конотаціями, ми віднайшли деякі фразеологічні одиниці, що виступають у негативному значенні. Під час процесу дослідження зниження семантичної тенденції кольоративу *білий* у фразеологізмах ми повинні керуватися знаннями з історії, традицій турецького народу, щоб адекватно зрозуміти зміст образного значення. Наприклад, турки вважають, що людина зі світлими очима може зурочити будь-кого з першого ж погляду. Тому до світлих очей відчувається упереджене ставлення, яке закріпилось у підсвідомості народу:

ak gözlü (букв. з білими очима) ‘поганий на око’.

Далі ми бачимо, що під «білою вівцею» мається на увазі хороша та працьовита людина, а під «чорним ягням» людина з негативними рисами. Тут чорний колір негативно впливає на семантику білого кольору.

Ak koyunun kara kuzusu da olur (букв. у білої вівці може народитися й чорне ягня) ‘У сім’ї не без виродка’.

Ak koyun kara koyun geçit başında belli olur (букв. і чорна, і біла вівці пізнаються на переході) ‘Друг пізнається в біді’.

Інколи білий колір символізує порожнечу, безтілесність, смерть:

ak sadeler giyinmek (букв. одягнути скромне, біле вбрання) ‘опинитися на Божій постелі’, тобто померти;

kağıt gibi bembeyaz olmak **(**букв. стати білим, як папір**) –**‘побіліти, як смерть’.

Ще за часів Османської імперії головнокомандувачі військ та солдати одягали на війну білу уніформу, яка вважалася символом знатного походження, проте використовували червоний прапор як символ вогню, покровительства, блискучості, перемоги, пишноти [7, с. 192], тому у цьому випадку турки асоціюють білий прапор з поразкою, оскільки він не несе у собі образу войовничості:

beyaz bayrak çekmek (букв. витягнути білий прапор) ‘капітулювати’. Антонімами слів *ak* та *beyaz,* як за кольором, так і за символікою, є слова *kara* та *siyah.* Чорний колір, на противагу білому, вже традиційно є кольором чогось поганого, передає смуток, печаль, тугу, траур. У такому випадку компонент *чорний* набуває

метафоричного, образного значення. Лексему *чорний* у складі фразеологізмів можемо класифікувати за такими семантичними значеннями:

1) **негативне значення**: За багатьма турецькими повір'ями чорний колір став символом страху, темноти, мовчазності, відсутності життя:

alnının kara yazısı (букв. на його лобі чорний надпис) 'лиха доля';

aralarından kara kedi geçti 'між ними пробігла чорна кішка';

bahtı kara (букв. у нього чорна доля) 'лиха доля';

baştan kara gitmek (букв. від початку йти чорним шляхом, тобто не думаючи про наслідки наражатися на небезпеку) 'гратися з вогнем';

kara kara düşünmek (букв. мати чорні думки, тобто бути засмученим) 'неначе чорний віл на ногу наступив';

kara sevdaya düşmek 'страждати від нерозділеного кохання';

kara yasa bürünmek (букв. зануритися у траур) 'посипати голову попелом', 'опустити вуха'.

Arap araba yüzün karadır demiş (букв. араб каже арабу – у тебе чорне обличчя) 'У чужому оці і порошинку бачить, а в своєму і сучка недобачає'.

У турецькій мові також дуже поширеним є явище характеристики людини за допомогою чорного кольору. У такому випадку стають явними негативні моральні якості людини:

gönlü kara (букв. з чорним серцем) 'мати кам'яне серце';

kara damaklı (букв. з чорним піднебінням) 'мати мідний лоб', тобто упертий;

kara kuru (букв. чорний, худий) 'лантух із кістками';

kardeş değil kara taş (букв. не брат, а чорний камінь) 'невдячний товариш';

kara sakız gibi yapışmak (букв. приклеюватись, як чорна смола) 'чіплятися, як смола до чобота', 'як чорт до сухої верби';

on parmağında on kara (букв. усі десять пальців чорні) 'наклепник';

yüzünü kara çıkarmak (букв. зчорнити чиєсь обличчя) 'підмочувати репутацію', 'представляти в найгірших тонах'.

2) **сила**, **мудрість.** У турецькій мові чорний колір інколи є символом людської міцності та хоробрості:

gözü kara (букв. з чорним оком) 'душа не з лопуцька', 'не з заячого пуху', тобто хоробрий.

Слід сказати, що в арабській мові слово *чорний* може позначати «мудрість та розуміння». Це пов'язано з релігією ісламу: Мекканська Кааба чорного кольору, знамено пророка Магомета також чорного кольору. Це значення збереглося і в турецькій мові:

kara kaplı kitap (букв. книга з чорною обкладинкою) 'кодекс законів';

karakadı olmak (букв. стати чорним суддею) 'стати мудрим, великим суддею';

kara kuvvet 'темна сила' (про релігійний фанатизм).

Фразеологічні одиниці, які ми розглянемо далі, мають компонент *червоного* кольору. Як було зазначено раніше, червоний колір у турецькій мові позначають трьома лексемами *al*, *kırmızı*, *kızıl*. Цей колір традиційно має значення збентеження, а також емоційно-забарвлене значення активності, сміливості, боротьби. Спробуємо класифікувати ці фразеологізми за такими значеннями:

1) **збентеження, безлад**:

al al olmak (букв. стати червоним-червоним) ‘пекти раків’;

ala bulanmak **(**букв. забруднитися у червоне) ‘налитися кров’ю’, тобто розлютитися;

al kiraz üstüne kar yağmış (букв. сніг випав на червону черешню) кажуть про невидані, несподівані речі;

kıpkırmızı kesilmek (букв. робитися червоним, тобто розізлитися) ‘вогнем дихати’;

kızılca kıyamet (букв. червонуватий день страшного суду, тобто безлад, гамір) ‘вавилонське стовпотворіння’.

2) **риси характеру людини та зовнішність**. Вважається, що червоний колір використовується переважно, щоб передати постійні риси характеру та стан людини:

kızıl iblis (букв. червоний диявол, тобто погана людина) ‘сатана’, ‘бісів син’;

kızıl divane (букв. червоний навіжений) ‘не при своїх’;

kızıl kafir (букв. червоний невіруючий, тобто ненадійна людина) ‘самому чорту брат’;

alı alına, moru moruna (букв. червоне червоному, фіолетове фіолетовому) ‘кров з молоком’, тобто гармонійний, красивий.

Цікавим є факт, що особливість вживання компонента *червоний* у турецьких фразеологізмах полягає в тому, що переносні значення слів *kırmızı* та *kızıl* виражаються шляхом поєднання цих слів з тими іменниками, з якими вони не поєднуються в інших мовах [3, с. 172]. Тому тут ми подаємо такі фразеологізми без конкретної семантичної групи:

kırmızı gömlek gizlenmez (букв. червону сорочку не можна сховати) ‘шила в мішку не заховаєш’;

kırmızı oy vermek (досл. давати червоний голос) ‘голосувати проти’;

kırmızı dipli mumla davet etmek (букв. запрошувати з червоною свічкою) ‘наполегливо запрошувати’;

kırmızı kart göstermek (букв. показувати червону картку) ‘попередити, застерігати’;

kırmızı fener (досл. червоний ліхтарик) ‘публічний будинок’.

Дослідивши сталі вислови, компонентами яких є кольоративи, ми можемо зробити висновок, що у турецькій мові досить образно та яскраво представлені основні кольори. Білий, чорний та червоний є найчастотніше вживаними кольорами у турецьких фразеологізмах: цим лексемам властива образність та експресія. Як показало дослідження, кожен кольоратив має національно-специфічні риси, характерні лише для певної мови. Відповідно, для того, щоб краще уявити національну картину світу турків, яка передана у фразеологізмах, нам необхідно володіти фоновими знаннями. Слід зазначити, що при перекладі фразеологізмів із кольоративами необхідно зберігати їх образну основу для того, щоб якомога ближче підібрати український відповідник.

Загалом турецька фразеологія є перспективним розділом для подальших досліджень, і, на нашу думку, фразеологізми з колористичним компонентом вимагають глибшого та детальнішого аналізу, оскільки за допомогою них можна дізнатися більше про менталітет турецького народу та його історію. Саме семантичний аналіз дає можливість систематизувати знання про символічність турецьких кольорів.

У майбутніх дослідженнях можна розглядати фразеологізми з рештою колірних компонентів, які наявні у турецькій гамі кольорів. Зіставно-порівняльні дослідження, проблеми перекладу даної категорії фразеологічних одиниць є необхідними та перспективними. Окрім семантики, можна дослідити мотивацію вживання кольоративів у фразеологізмах шляхом залучення художньої літератури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Борисова Д.Н.* К проблеме выбора термина для названия форм цветообозначения в языке / Д.Н. Борисова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 21. – С. 32 – 37. 2. *Вихованець І.Р.* Таїна слова / І.Р. Вихованець. – К., 1990. – 284 с. 3. *Каян І.Л.* Метафорично-конотативні значення назв кольорів у сучасній турецькій мові / І.Л. Каян // Мовні та концептуальні картини світу. – 2004. – Вип. 16. – С. 169 – 174. 4. *Ковальська І.В.* Колористика як перекладознавча проблема: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец.10.02.16 «Перекладоздавство» / І.В. Ковальська. – К., 2001. – 19 с. 5. *Покровська І.Л.* Етнічна специфіка кольоративу білий у сучасній турецькій мові / І.Л. Покровська // Studia Linguistica. Збірник наукових праць. Випуск 5. Частина І. ВПЦ «Київський університет», – С. 106 – 109. 6. *Покровська І.Л.* Критерії класифікації фразеологізмів у працях турецьких лінгвістів / І. Л. Покровська // Сходознавство. – № 38. – К.: Ін-т сходознавства ім. А. Кримського, 2007. – С. 114 – 118. 7. *Küçük S.* Eski Türk Kültüründe Renk Kavramı / S. Küçük // Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı, bilig , Sayı 54, yaz 2010. – 185 – 210 s.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

8. *Удовиченко Г.М.* Фразеологічний словник української мови : [у 2 т.] / Г. М. Удовиченко. – К. : Вища шк., 1984. –Т. 1 –2. 9. *Aksoy Ö.A.* Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, 1, Atatözleri sözlüğü / Ö.A Aksoy – İstanbul : İnkılap Kitabevi, 1997. – 486 s. 10. *Aksoy Ö.A.* Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, 2, Deyimler sözlüğü / Ö. A Aksoy – İstanbul : İnkılap Kitabevi, 1997. – 1205 s. 11. *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=%20com_atasozleri&view=atasozleri.

Дика Л.С., магистр,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТУРЕЦКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОЛОРИСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ

В данном исследовании на материале современного турецкого языка рассматриваются фразеологизмы с колористическим компонентом. Проанализированы семантические особенности цветообозначения, выделены группы в соответствии с семантикой лексем. Большое внимание уделяется самым частотным фразеологическим единицам с компонентом белого, чёрного, красного цвета.

Ключевые слова: *фразеологизм, цветообозначение, семантический анализ.*

Dyka L.S., master
Taras Shevchenko National University of Kyiv

SEMANTİCAL ANALYSİS OF TURKISH PHRASEOLOGİCAL UNİTS WİTH COLOR NAME COMPONENT

Within the present article the phraseological units with color name components are studied on the material of the modern Turkish language. The semantic features of the name of the color are analyzed, groups of phraseological units are selected in accordance with the semantics of lexical units. Special emphasis is concentrated on the most frequently used phraseological units with the component of white, black, and red color.

Key words: *the phraseological unit, the name of the color, semantical analysis.*

УДК 351.851

Доканін Ю.Л., студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПІРАМІДАЛЬНІ НОВИННІ ТЕКСТИ ЯК СПОСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

У статті проаналізовано явище української соціальної реклами в інтернет-просторі в контексті новинних повідомлень про проекти, в межах яких ця реклама була створена. Також розглянуто специфіку побудови новинного повідомлення, функціональне навантаження заголовка і першого абзацу-ліду як визначальної особливості гіпертексту та проілюстровано введення соціальної реклами в актуальний контекст на прикладі пірамідальної структури статті.

Ключові слова: *соціальна реклама, інтернет-реклама, жанри реклами, гіпертекст, заголовок, лід.*

У сучасному інформаційному суспільстві особливо гостро постає питання якості інформації. В той час, як для всіх ЗМІ незмінно важливими залишаються новизна, гострота та способи подачі матеріалу, стійкою до всіх медіатенденцій та стабільною щодо своєї актуальності в інфопросторі залишається соціальна реклама.

Сутність поняття соціальної реклами пояснюється передусім за допомогою відмінних ознак цього типу рекламної діяльності від інших. У класифікації Ф. Сулягіна та В. Петрова знаходимо 2 основних різновиди реклами, що мають свої підтипи:

1. Комерційну: промислову (оптову) та торгівельну (роздрібну).
2. Некомерційну: соціальну та політичну [5, с. 13].

Сучасна російська дослідниця соціальної реклами Г. Ніколайшвілі однією з перших дала термінологічне визначення цього явища, врахувавши адаптоване розуміння американських відповідників *«public service advertising»* та *«public service announcement»*. Вона розрізняє чотири підвиди соціальної реклами: некомерційну, громадську, державну, власне соціальну [4, с. 101].

Власне соціальна реклама – «вид комунікації, зорієнтований і на привернення уваги до актуальних питань суспільства і його моральних цінностей, і на актуалізацію проблем соціуму. Її призначення – гуманізація суспільства, формування його моральних цінностей; її місія – зміна поведінкової моделі» [4, с. 102].

У свідомому суспільстві на розвиток власне соціальної реклами, у її чистому вигляді, без втручання комерційних інтересів окремих організацій чи особистостей, витрачається достатньо велика частина фінансів, передусім із державного бюджету. Такий вид реклами працює з ідеями, які виховують суспільство, а не маніпулюють ним, до того ж саме ця реклама здатна сформувати у реципієнтів позитивний образ своєї країни. Проте, на жаль, сьогодні українська соціальна реклама неспроможна конкурувати в інформаційному просторі з рекламою власне комерційною. Недостатнє фінансування та благодійні засади створення такого продукту спричинюють недостатню кількість оригінальної, якісної та цікавої реклами. Ще однією причиною є специфіка порушених тем, оскільки висвітлення окремих соціальних питань не завжди має естетичний та позитивний вияв. Проте варто згадати про наявність значної кількості благодійних фондів, соціальних проектів, що для інформування суспільства про свою діяльність створюють цікаву та ефективну соціальну рекламу.

На прикладах соціальної реклами, представленої в Інтернеті, а також відеоматеріалів спробуємо визначити додаткові засоби популяризації соціальної реклами в інтернет-просторі. Аналізуючи різні форми існування реклами, доречно визначати не рекламу як жанр, а жанри реклами. Так, наприклад, С. Бердишев виокремлює: статтю, літучий листок, рубрикову рекламу, малі рекламні жанри, слоган та девіз, логотип, закличку, лист, прейскурант, пуф. При цьому автор акцентує, що жанри реклами склались історично, вони напряму пов’язані із каналами передачі інформації [2]. Тому часто жанри реклами співвідносять із видами реклами, окремо розглядаючи жанри друкованої реклами, жанри телевізійної реклами, жанри інтернет-реклами.

Предметом нашої уваги стала соціальна реклама в мережі Інтернет. Ілюстративний матеріал дослідження складає зовнішня соціальна реклама та відеоролики соціальної тематики, які в інтернет-просторі супроводжуються додатковими текстами. У результаті аналізу було встановлено, що такі тексти, як правило, двох типів: 1) новинні тексти про початок, результати соціальних проектів, благодійних акцій; 2) розгорнуті статті про актуальність соцпроекту, детальну діяльність організації. Названі тексти не є власне рекламою, проте вони забезпечують повноцінне входження соцреклами в інтернет-простір. Некомерційність власне соціальної реклами зумовлює існування передусім жанрів друкованої, зовнішньої соціальної реклами у вигляді банерів та відеороликів на телебаченні, рідше це – великі жанри друкованої реклами – буклети, листівки, інформаційні листки. Таким чином, поширення соцреклами в інтернет-просторі з метою масового впливу на реципієнта можливе лише у вигляді ілюстративного матеріалу до коротких повідомлень та статей на новинних каналах або офіційних сторінках благодійних організацій, проектів.

Розглянемо таку реалізацію соціальної реклами в Інтернеті на прикладі реклами Фонду Олени Пінчук «АНТИСНІД». На головній сторінці інтернет-сайту Фонду в

центрі інтерфейсу – новинна стрічка, де, крім заголовку, гіперпокликанням є цілий абзац статті. *«Стартував новорічний благодійний проект «Мрії здійснюються!» 3 грудня Фонд Олени Пінчук «АНТИСНІД» розпочав новий етап проекту «Мрії здійснюються!», в рамках якого всі бажаючі можуть виконати новорічні мрії ВІЛ-позитивних дітей. Понад 1 500 дитячих бажань майже зі всієї України розміщені на сайті mrii.in.ua».* Розглянемо детальніше цей текст.

Сьогодні у стилістиці актуальним є виокремлення і вивчення окремо жанрів інтернет-комунікації. Наприклад, Є. Горошко у своїй статті аргументує виокремлення «дигітальних» жанрів. Дослідниця акцентує, що такі жанри – вторинні, історично зумовлені трансформацією класичних друкованих текстів. Систему «дигітальних» жанрів автор статті пояснює як багатошарову піраміду, «в основі якої лежать паперові жанри і ознаки , що їх визначають, за ними – всі варіанти видозмін, спричинених веб-технологіями, а потім – чисті дигітальні жанри та ознаки, що спричинили їх появу» [3]. Важливим для конкретного аналізу наведеного тексту є те, що це – фрагмент, який покликається на повноцінну статтю та є її заголовком і першим абзацом. Можливості гіпертекстових технологій та існування нелінійних та лінійних текстів призводять до того, що «виникає сильна залежність жанру від способу прочитання гіпертексту, тобто жанр може бути безпосередньо пов'язаним з фактором читача тексту. Коли мова йде про лінійне прочитання гіпертексту, то розбіжності між паперовим і дигітальним жанром зводяться до мінімуму» [3]. Наведений нами текст, хоч і є частиною статті, все ж сприймається як повноцінне новинне повідомлення, стислий виклад основного матеріалу, який можна читати за бажанням. Доречно згадати й структуру новинного повідомлення загалом. Основний змістовий акцент закладається в заголовок з метою привернення уваги читача.

Не менш важливим є структурування решти новинного повідомлення. Актуальність та гострота, як правило, зменшуються з додаванням абзаців, оскільки в перших двох-трьох потрібно сконцентрувати максимально важливу і нову інформацію, а в решті – трактування ситуації автором статті/експертами. О. Амзін зазначає, що найкраще спрацьовує в таких випадках пірамідальна структура, де на вершині – заголовок, далі – перший абзац, внизу – більш детальна інформація. Перший абзац часто виноситься як підзаголовок, тому його написанню автори приділяють стільки ж уваги, як і самому заголовку. Не менш ефективною є схема перевернутої піраміди, «яку супроводжує лід – абзац, що передує новині та містить відповіді на найголовніші запитання. Ліди особливо важливі для новин, що поєднують воєдино кілька повідомлень» [1, с. 24].

Наведений нами гіпертекст відсилає читача до розлогої іміджевої статті всього проекту, де досить детально описана його мета, історія створення, особливості проведення акцій, прокоментовані директором Фонду. І наприкінці статті розміщено соціальну відеорекламу проекту, в якій відеоряд супроводжується текстом «*Новий рік – час здійснення мрій. Кожна дитина мріє про подарунок, але не кожна зможе його отримати. Здійсни мрію ВІЛ-позитивної дитини на сайті mrii.in.ua».* Крім того, після основного рекламного ролика наведено три актуальні відео про проект та його реалізацію в різних телевізійних програмах.

У такий спосіб власне соціальна реклама вміщена за гіперпокликанням-новиною на головній сторінці або безпосередньо в розділі «Новини» (залежно від дати публікації) та в контексті відповідного широкого повідомлення про проект, яке теж логічно назвати великим жанром соціальної реклами – статтею. На перший погляд це – занадто складний шлях донесення необхідної інформації до реципієнта, проте запропонований спосіб представлення соціальної реклами саме в інтернет-просторі є максимально ефективним з таких причин: 1) широка поінформованість, доступність інформації в повному обсязі; 2) включення соціальної реклами в актуальний контекст через теги, одночасне розташування покликань у розділах новин, відеоматеріалів, звітів; 3) простота пошуку та перегляду. Друкований банер та відеоролик на телебаченні не передбачають розширення своєї тематики в момент сприйняття реципієнтом, а містять, як правило, покликання на джерело, організацію чи просто назву проекту, в рамках якого таку рекламу було заплановано. В інтернет-просторі соціальна реклама для створення резонансу повинна органічно приєднуватися до актуальної інформації, вона виникає в контексті і відкриває нові теми.

Якщо повернутися до визначальних властивостей соціальної реклами як суспільного явища, нагадаємо, що вона створює образ соціально схваленої або соціально несхваленої дії чи емоції [6, с. 58]. Надзавданням такого звернення до мас є співучасть людей, співпереживання в заявленій проблемі. Дослідниця Л. Федотова також зауважує, що теми, які порушуються соціальною рекламою, можуть стати актуальними для таких повідомлень лише з часом. Так, соціальна реклама стосується переважно побутової сфери, де регуляторами поведінки виступають, частіше за все, такі механізми, як совість, норми моралі. Водночас будь-яка особиста поведінка чи стан, наприклад, індивідуальне здоров'я, стає предметом уваги соціальної реклами тоді, коли його відсутність є соціальною проблемою, як це спостерігаємо у випадку проблеми СНІДу. Крім того, відмінною ознакою соціальної реклами є її наказовий тон, неможливість вибору протилежного, адже альтернатива тій моделі, яку пропонує соцреклама, – завжди негативна, вона лише підкреслює за допомогою контрасту правдивість твердження.

Соціальна реклама може і повинна бути не тільки інформативною, але і креативною, цікавою реципієнту, вона мусить бути поміченою серед численних комерційних проектів. Тому створення соціальних текстів у межах благодійних проектів, акцій, діяльності фондів уможливлює їх входження в інформаційний простір країни. В інтернет-просторі недостатньо прецедентного зображення та лаконічного слогану, ще більш недієвими є сухі статистичні дані. Як зазначає Л. Федотова, з комерційною рекламою соціальну об'єднує «сам масштаб її присутності в свідомості: вона мультиплікується в ЗМІ, споживання яких входить в повсякденну діяльність багатьох людей, що гарантує таким текстам більшу ймовірність їх засвоєння» [6, с. 59]. Новинні тексти пірамідальної структури забезпечують соціальній рекламі повноцінну присутність усіх її жанрів в контексті заявленої теми через можливість подачі тексту в Інтернеті та особливе мовне наповнення і концентрацію основного змісту в межах заголовку та першого абзацу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://alex-alex.ru/nij.php 2. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. – М., 2012. – 252 с. 3. Горошко Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области. // Жанры речи. – Саратов: «Наука», 2007. – Вып. 5. Жанр и культура. – 440 с. 4. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: некоторые вопросы теории и практики // Общественные науки и современность.– Москва: изд. Рос. акад. наук, 2009. – № 1. – С. 101-109. 5. Сулягин Ю.А. Реклама : Учебник / Ю.А. Сулягин, В.В. Петров. – Санкт-Петербург : Михайлова В.А., Издательство, 2003. – 383 с. 6. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности : Учебник. – М.: Гардарики, 2002. – 272 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. СНІД в Україні: новини //Фонд Олени Пінчук «АНТИСНІД» – [Електронний ресурс] – Режим доступу:

http://www.antiaids.org/ukr/news/ukraine.html. 2. Відеоролик «Мрії здійснюються!» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=jntcB6z-EHQ. 3. Стаття «Стартував новорічний благодійний проект «Мрії здійснюються!» //Фонд Олени Пінчук «АНТИСНІД» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.antiaids.org/ukr/news/helpprojects/startoval-novogodnij-blagotvoritelnyj-proekt-%C2%ABmechty-sbyvajutsja-%C2%BB-10734.html.

Доканин Ю.Л., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПИРАМИДАЛЬНЫЕ НОВОСТНЫЕ ТЕКСТЫ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

В статье проанализировано явление украинской социальной рекламы в интернет-пространстве в контексте новостных сообщений о проектах, в рамках которых эта реклама была создана. Также рассмотрена специфика построения новостного сообщения, функциональная нагрузка заглавия и первого абзаца-лида как определяющей особенности гипертекста и проиллюстрировано введение социальной рекламы в актуальный контекст на примере пирамидальной структуры статьи.

Ключевые слова: *социальная реклама, интернет-реклама, жанры рекламы, гипертекст, заглавие, лид.*

Dokanin Y.L., student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PYRAMIDAL NEWS TEXTS AS A WAY FOR POPULARIZATION OF PUBLIC SERVICE ADVERTISING

The article analyzes the phenomenon of Ukrainian public service advertising in Internet space in the context of news reports on the projects, within limits of which this advertisement was created. It also describes the specifics of news message structure, functional stress of the headline and the first paragraph as a defining features of hypertext. The paper illustrates the introduction of public service advertising into the current context in terms of pyramidal structure of the article.

Keywords*: public service advertising, online advertising, advertising genres, hypertext, headline, lead.*

УДК 81’25 =112.2 : 811.161.2

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

ПОСТНЕКЛАСИЧНИЙ ТИП НАУКОВОЇ РАЦІОНАЛЬНОСТІ У СИНЕРГЕТИЦІ ПЕРЕКЛАДУ

Статтю присвячено законам постнекласичного типу наукової раціональності у синергетиці спеціального перекладу. Розглянуто реалізацію постнекласичного типу наукової раціональності у перекладі на прикладі виправлення оригіналу у множинних транслятах науково-технічного тексту. Доведено необхідність внесення виправлень у текст спеціального перекладу за критерієм соціальних санкцій та практичних наслідків.

Ключові слова: *постнекласичний тип наукової раціональності, синергетика спеціального перекладу, критерій соціальних санкцій, суб’єкт дослідження, об’єкт дослідження, засоби дослідження.*

Первинними теоретичними засадами дослідження у синергетиці перекладу можуть слугувати принципи філософії науки. Розглядаючи наукові революції в історії науки, академік В.С. Стьопін робить висновок про існування чотирьох типів наукової раціональності, що змінювали не тільки нормативну структуру наукового дослідження, а і самі філософські підвалини науки. Учений виділяє: (а) дисциплінарну класичну науку; (б) дисциплінарно організовану класичну науку; (в) некласичний тип науки; (г) постнекласичний тип наукової раціональності [Степин 2006, с. 315, 325]. ***Актуальність*** пропонованого дослідження зумовлюється тим фактом, що наведені типи наукового пізнання здатні сформувати методологічну основу для новітнього напряму перекладознавства – синергетики перекладу.

Метою статті є виявлення інструментів аналізу перекладу в синергетичному аспекті для подальшого створення синергетичної методології дослідження перекладу спеціальних текстів.

Заявлена мета охоплює виконання таких ***завдань***: 1) описати постнекласичний тип наукової раціональності як елемент дослідницького інструментарію синергетики перекладу; 2) продемонструвати реалізацію постнекласичного типу наукової раціональності на матеріалі перекладу спеціальних текстів; 3) встановити синергетичні закономірності перекладу спеціальних текстів відповідно до постнекласичного типу наукової раціональності та у порівнянні з перекладом художніх текстів.

Об’єкт дослідження становить постнекласичний тип наукової раціональності у спеціальному перекладі.

Предмет розвідки формують особливості реалізації постнекласичного типу наукової раціональності у перекладі спеціальних текстів.

Матеріал дослідження охоплює фрагмент оригіналу німецького науково-технічного тексту, його авторизований переклад-еталон, а також множинні переклади українською мовою, виконані студентами І курсу магістратури Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Постнекласичний тип наукової раціональності асоціюється із четвертою глобальною революцією пізнання і знаменує собою зародження постнекласичної науки, що триває по сьогоднішній день. Як зауважує академік В.С. Стьопін, перехід від класичного до некласичного, а згодом і до постнекласичного типу наукового дослідження був зумовлений кризою настанов класичного раціоналізму, розумінням факту зануреності суб'єкта пізнання до навколишньої дійсності, а також залежності спостерігача від соціальних обставин, що детермінують установки, ціннісні й цільові орієнтації наукових розвідок [там само, с. 320].

На початку XXI століття на зміну дисциплінарно організованій науці висуваються міждисциплінарні форми дослідницької діяльності –комплексні програми наукових досліджень. Можна спостерігати, що науки стають взаємозалежними, утворюючи фрагменти цілісної загальнонаукової картини світу. Коло об'єктів міждисциплінарних досліджень включає не лише відкриті системи, здатні до самоорганізації, а й більш складний тип конструкцій, який належить до *систем, що історично розвиваються*.

Специфіка взаємодії суб'єкта пізнання з такими об'єктами на відміну від попередньої зовнішньо-дистанційної ролі спостерігача полягає у включенні людини до самої системи з можливістю зміни її (системи) вірогідних станів. Залучення активного суб'єкта до тріади відношень «суб'єкт дослідження – засоби дослідження– об'єкт розвідки», а також значне ускладнення об'єктів дослідження приводить до зміни уявлень про методи наукової роботи.

На думку В.С. Стьопіна, постнекласичний тип наукового пізнання розглядається в контексті соціальних умов буття науки та *соціальних наслідків* застосування результатів наукових досліджень[Степин 2006, с. 325]. В межах постнекласичного типу наукової раціональності у тріаді категорій «суб'єкт – засоби/методи/процедури пізнання – об'єкт» враховуються не тільки отримані знання про об'єкт як такий, та/або співвіднесеність цих знань з інструментами дослідження об'єкта, а й їхні відношення до суб'єкта – ініціатора та виконавця розвідки.

У цьому зв'язку В.Г. Буданов підкреслює, що відповідь на запитання про принцип дії об'єкта дослідження залежить від трьох складників: 1) властивостей об'єкта; 2) способу постановки запитання (точки відліку); 3) можливостей розуміння суб'єкта, який запитує (психологічні, професійні, соціальні фактори) [Буданов 2009, с. 47]. Розглянемо схему відношень між суб'єктом, засобами та об'єктом наукової розвідки відповідно до постнекласичного зразка наукової раціональності (див. Схему 1):

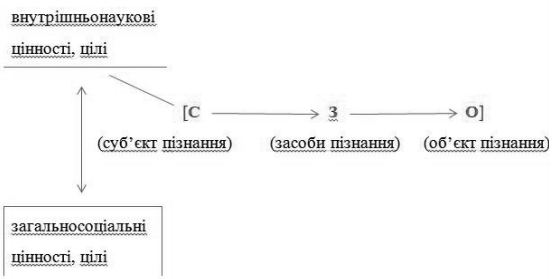


Схема 1. Постнекласичний тип наукової раціональності

Як видно зі схеми, три філософські категорії суб'єкта, об'єкта і засобів дослідження утворюють одну систему (С-З-О) взаємозумовлених факторів здійснення наукового експерименту на засадах постнекласичної наукової раціональності. У схематичній формі експлікуються зв'язки факторів наукового пізнання за двома напрямами: 1) зв'язок між внутрішньонауковими та загальносоціальними цінностями й цілями; 2) зв'язок між наведеними цінностями й цілями та власне системою проведення дослідження (С-З-О).

Реалізацію постнекласичного підходу у перекладознавстві можна продемонструвати на матеріалі перекладу спеціальних текстів, користуючись загальними принципами здійснення фахової міжкультурної комунікації. Як ми вже згадували вище, постнекласичний тип наукової раціональності, окрім системи взаємопов'язаних категорій суб'єкта, засобів і об'єкта досліджень, враховує *соціальні наслідки* застосування результатів розвідок. Фактор соціальних наслідків безпосередньо корелює з одним із критеріїв розмежування художніх та спеціальних текстів у перекладознавчій типології жанрів тексту. Цей критерій отримує назву *soziale Sanktion/praktische Folgen* (соціальні санкції/практичні наслідки) й означає результат участі перекладача та реципієнта у фаховій комунікації [Koller 2004, с. 274].

Як відомо, традиційною вимогою до перекладу спеціальних текстів є передача змісту, що включає не тільки відтворення змістового інваріанта оригіналу, а і мовно-стилістичну адекватність ВТ і ЦТ. Серед універсалій спеціального перекладу Г.-Р. Флук наводить критерії фаховості, однозначності, чіткості, ефективності та економії [Fluck 1984, с. 221]. Втім, у практиці спеціального перекладу нерідко виникають прецеденти, коли перекладач змушений корегувати вихідний текст у трансляті, оскільки зміст оригіналу є нелогічним, неповним або незрозумілим.

У свою чергу, художні тексти становлять цілісні автономні утворення, які не залишають перекладачу опцій для виправлень, тому що такі додавання будуть суперечити авторському задуму. Принципова можливість внесення виправлень у транслят спеціального тексту, на відміну від художнього перекладу, зумовлюється кількома факторами.

По-перше, інформація у спеціальних текстах відноситься до фрагментів позамовної дійсності, обмежених відповідною фаховою областю. Зміст спеціального тексту діаметрально відрізняється від індивідуально-авторського фіктивного світу, який перекладач не має права виправляти у художньому перекладі. На думку Г. Штегера, «істина» (die „Wahrheit“) стану справ, представленого у спеціальному тексті, не збігається з «істиною» стану справ, що висловлюється у розмовно-побутовому мовленні, та «істиною», висвітленою в художньому тексті [Steger 1988, с. 290]. В контексті спеціального перекладу також не можна погодитись із висловленням К. Райс, яка стверджує: *«Den Translator (als Translator) interessieren weder objektive Realität noch Wahrheitswerte» (Перекладача (як перекладача) не цікавлять ані об'єктивна реальність, ані значення істинності)* [Reiß,Vermeer 1984, с. 26].

Наведена теза не «спрацьовує» для спеціального перекладу, оскільки під час перекладу спеціальних текстів фактори об'єктивної реальності, істинні значення й технічні величини, представлені у вихідних текстах, просуваються на перший план,

формуючи інваріант перекладу. Тому сама мета фахової комунікації, у тому числі міжкультурної, що полягає у передачі інформаційного змісту про позамовний фрагмент дійсності, визначає можливість адаптації оригіналу до потреб адресатів.

По-друге, критерій соціальних санкцій/практичних наслідків для певних жанрів тексту (наприклад, інструкцій з експлуатації, юридичних документів, сертифікатів безпеки матеріалу) детермінує необхідність виправлення вихідного тексту в перекладі за умови його очевидної некоректності. З огляду на постнекласичний тип наукової раціональності «виправлення» оригіналу в спеціальному перекладі можуть слугувати прикладом участі суб'єкта у постнекласичній системі наукового пізнання.

Продемонструємо такі зміни на матеріалі оригіналу науково-технічного тексту з аграрної економіки, його авторизованого перекладу, а також множинних транслятів українською мовою, виконаних студентами магістратури Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка [Agrarwirtschaft, с. 139; Аграрна економіка, с. 139]:

1. Solarthermie – Sie produziert aus Sonnenenergie Warmwasser. Die einfachste Form der Sonnenenergienutzung ist die Absorbertechnik. ***Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab****, das auf der Absorberflache* ***angeordnet ist.*** *Die Anwärmung des flüssigen Mediums ist hier begrenzt.*	*3.0 Сонячна теплова енергія є джерелом теплої води. Найпростішою формою використання сонячної енергії є поглинальний метод.* ***Сонячні промені потрапляють на темні абсорбуючі поверхні, які приймають енергію та віддають її системі труб з циркулюючою рідиною****. В такій системі можливість нагрівання рідини до певної температури обмежена.*

В авторизованому варіанті перекладу наведеного фрагмента 3.0 спостерігаємо відсутність структурно-семантичного паралелізму з текстом оригіналу, що виявляється у двох напрямах. З одного боку, в перекладі випущена частина складнопідрядного речення вихідного тексту, а саме – підрядне означальне *das auf der Absorberfläche angeordnet ist (яка розташована на абсорбуючій поверхні).* Згадана трансформація не впливає на основний зміст первинної пропозиції, однак втрачається певна частина інформації про предмет повідомлення, тобто додаткові характеристики поглинальної системи використання сонячної енергії (дані про локальне розташування труб).

З іншого боку, в перекладі можна помітити синтаксичну трансформацію третього речення оригіналу, яку здійснено шляхом заміни синтаксичних ролей через додавання підрядного означального, відсутнього у тексті-джерелі. Так, у вихідному тексті фіксуємо складнопідрядне речення з поширеним атрибутом *die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen (сонячні промені, які потрапляють на темні абсорбуючі поверхні)*, однорідними присудками *aufnehmen (приймати, абсорбувати), abgeben (віддавати)* та вже згаданим підрядним означальним *das auf der Absorberfläche angeordnet ist*. Функцію підмета в оригіналі виконує іменник *die Sonnenstrahlen* у складі конструкції поширеного атрибута. Відповідно, присудки *aufnehmen, abgeben* відносяться до названого підмета.

Втім, у перекладі бачимо інше розташування головних членів речення: поширений атрибут відтворюється через просте речення *сонячні промені потрапляють на темні абсорбуючі поверхні.* Крім того, однорідні присудки первинної пропозиції *приймати, віддавати* входять до складу підрядного означального, відсутнього в оригіналі, й відносяться до іншого члена речення у трансляті – додатка *(темні абсорбуючі) поверхні.* Як вже було сказано, первинне підрядне означальне оригіналу в перекладі вилучене. Порівнюючи зміст аналізованого речення у вихідному тексті й трансляті, можна встановити відхилення від первинної пропозиції оригіналу на рівні змістово-фактуальної інформації (фрагмента позамовної дійсності). Інакше кажучи, у цільовому тексті втрачено інваріант перекладу для спеціального тексту – передача змісту повідомлення.

Утім, рішення авторизованого перекладача вважаємо цілком виправданим, оскільки виконавець орієнтувався не на структурно-семантичний паралелізм перекладу з наведеним висловленням оригіналу, а на фактори мети комунікації, ідентифікації позамовної ситуації та опису даної ситуації. Розглянемо приклади відтворення наведеного висловлення у транслятах, виконаних студентами-магістрами (див. 3.1):

3. Solarthermie – Sie produziert aus Sonnenenergie Warmwasser. Die einfachste Form der Sonnenenergienutzung ist die Absorbertechnik. ***Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab, das auf der Absorberflache angeordnet ist.*** *Die Anwärmung des flüssigen Mediums ist hier begrenzt.*	*3.1. Геліотермальна енергетика – отримання теплої води за допомогою енергії сонця. Найпростішою формою використання сонячної енергії є техніка абсорбування.* ***Сонячні промені потрапляють на темні абсорбуючі поверхні, які вбирають енергію (абсорбують) і передають її на систему труб, по яких тече рідина. Ця система з'єднана з абсорбуючими поверхнями.*** *Нагрівання рідкої речовини є обмеженим.*

Як бачимо, у варіанті перекладу 3.1 подібно до авторизованого перекладу 3.0 відбувається виправлення первинної пропозиції. Перекладач так само використовує підрядне означальне, відсутнє в оригіналі (*які вбирають енергію і передають її на систему труб*), що відноситься до непрямого додатка *абсорбуючі поверхні*, змінюючи предикативну групу вихідного тексту в трансляті. Отже, якщо в оригіналі однорідні присудки *aufnehmen, abgeben* відносились до підмета *die Sonnenstrahlen*, то у перекладі вони входять до складу новоствореного підрядного означального, а функцію присудка у трансляті виконує трансформований дієприкметник із поширеного атрибута вихідного тексту: *auftreffend – потрапляють*.

Отже, робимо висновок, що виконавець перекладу 3.1 прагнув досягти мети комунікації (*пояснення принципу роботи поглинального методу у геліотермальній енергетиці*), а також ідентифікації позамовної ситуації в оригіналі й трансляті за рахунок виправлення хибних причинно-наслідкових зв'язків у вихідному тексті. На нашу думку, перекладач відтворив інваріант перекладу наведеного фрагмента за третім типом еквівалентності В.Н. Комісарова (збереження у перекладі мети комунікації, спільності позамовної ситуації та способу її опису) [Комиссаров 1990, с. 57-61].

Наведемо інший варіант відтворення аналізованої пропозиції оригіналу в студентському перекладі (3.2):

3. Solarthermie – Sie produziert aus Sonnenenergie Warmwasser. Die einfachste Form der Sonnenenergienutzung ist die Absorbertechnik. ***Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab, das auf der Absorberflache angeordnet ist.*** *Die Anwärmung des flüssigen Mediums ist hier begrenzt.*	*3.2. Геліотермія: під час цього процесу відбувається нагрівання води сонячною енергією. Найпростіший прилад, що використовує сонячну енергію – абсорбер.* ***Темна поверхня абсорбера накопичує (абсорбує) енергію сонячних променів, що потрапляють на неї, та віддає цю енергію розташованому під поверхнею трубопроводу, у якому тече рідина.*** *Рідину всередині, що діє як посередник, можна нагрівати тільки до певної температури.*

У представленому варіанті перекладу 3.2 знову спостерігаємо виправлення первинної пропозиції оригіналу (речення 3), яке перекладач здійснює шляхом смислового перекладу. Відбувається заміна синтаксичних ролей через трансформацію головних частин речення: функцію підмета виконує іменник *поверхня*, що в оригіналі входить до складу поширеного атрибута, а іменник *промені,* який становить у вихідному тексті частину предикативної групи *поширений атрибут+підмет+присудок,* у трансляті стає непрямим додатком. Отже, наведений варіант перекладу 3.2 відрізняється від варіанта 3.1 лише за синтаксичними ролями, у той час як семантичні ролі залишаються однаковими. Відповідно, можна констатувати збіг виправленої пропозиції ВТ (3) у варіантах перекладу 3.1 та 3.2.

Слід зазначити, що більшість студентів-виконавців вдались до виправлення тексту оригіналу в перекладі, оскільки «відчули» нелогічність первинної пропозиції. У зв'язку з цим наведемо ще кілька прикладів відтворення хибної інформації вихідного тексту у транслятах:

3.Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab, das auf der Absorberflache angeordnet ist.	*3.3. Темна поглинаюча* ***поверхня всмоктує*** *енергію, яка потрапляє від сонячних променів,* ***абсорбує*** *її і* ***передає*** *до системи труб, у якій циркулює рідина.*

У варіанті перекладу 3.3 так само, як і в попередніх варіантах, спостерігаємо зміну семантичної ролі носія дії з пасивної (пацієнс) в оригіналі на активну (агенс) у перекладі: *<…> поверхня всмоктує <…>, абсорбує і передає <енергію>*. Розглянемо ще один приклад:

3.Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab, das auf der Absorberflache angeordnet ist.	*3.4. Темні* ***поверхні поглинають (абсорбують)*** *енергію сонячних променів й* ***віддають*** *її до системи труб, де циркулює рідина.*

Наведений варіант 3.4. повторює зміну семантичних ролей, яка відбувається у перекладацьких версіях 3.1, 3.2, 3.3, а також в авторизованому перекладі: *поверхні поглинають й <…> віддають <енергію>*.

Втім, не всі виконавці здійснювали виправлення первинної пропозиції у перекладі, про що свідчать такі варіанти:

3.Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab, das auf der Absorberflache angeordnet ist.	*3.5.**Сонячні промені**, що **потрапляють** на темну площину абсорберу, **несуть** в собі енергію **(яка абсорбується площиною)** та **передають** її до системи труб з циркулюючою рідиною. Ця система розміщена на площині абсорберу.*

Даний приклад 3.5 можна вважати проміжним варіантом транслята, порівняно із перекладацькими версіями 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, а також авторизованим перекладом. На нашу думку, виконавець лише частково виправляє первинну пропозицію, застосовуючи смисловий переклад: *сонячні промені несуть енергію,* ***яка абсорбується площиною***. Однак інша частина перекладеного речення характеризується структурно-семантичним паралелізмом з оригіналом, що суперечить логіці позамовної ситуації: *сонячні промені* ***несуть*** *<…> енергію <…>та* ***передають*** *її до системи труб.* Наведений варіант перекладу демонструє високий ступінь структурно-семантичної еквівалентності з оригіналом, але він недостатньо враховує фактори мети комунікації та позамовної ситуації, оскільки надає розпливчастий опис технології використання сонячної енергії. Інакше кажучи, частина інваріанта перекладу наведеного тексту в даній перекладацькій версії втрачається.

Наведемо ще один приклад відтворення аналізованої пропозиції:

3.Die auf die dunklen Absorberflächen auftreffenden Sonnenstrahlen nehmen die Energie auf (absorbieren sie) und geben sie an ein flüssigkeitsführendes Rohrsystem ab, das auf der Absorberflache angeordnet ist.	*3.6. Сонячні промені потрапляють на темну абсорбуючу поверхню, поглинають енергію та передають її до трубопровідної мережі з циркулюючою рідиною, яка сполучена з абсорбуючою поверхнею.*

Варіант перекладу 3.6 відзначається найвищим ступенем структурно-семантичного паралелізму порівняно із попередніми варіантами транслятів. Водночас названа версія є найбільш віддаленою від позамовної ситуації, презентованої в оригіналі. Саме орієнтація перекладача на формальну структуру оригіналу без урахування специфіки позамовної ситуації зумовила відсутність виправлення первинної пропозиції за критерієм соціальних санкцій. Тому наведений варіант слід визнати неадекватним, тобто таким, що не відповідає факторам мети комунікації, ідентифікації позамовної ситуації та способу її опису у спеціальному перекладі.

Отже, проаналізувавши відтворення фрагмента науково-технічного тексту в еталоні та перекладах студентів, можна дійти таких *висновків*:

1. Поряд із авторизованим перекладом у чотирьох із шести перекладацьких версій перекладачі вдалися до виправлення інформації оригіналу. З огляду на критерій соціальних санкцій/практичних наслідків В. Коллера, який набуває особливої ваги у спеціальному перекладі, варіанти перекладу 3.0, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 з «виправленою» пропозицією ми відносимо до вірних перекладацьких рішень. Варіант 3.5 знаходиться на межі між вірним та хибним перекладацьким рішенням, оскільки частина

необхідної інформації у перекладі втрачається. Зрештою, варіант 3.6, який формально відповідає п'ятому найвищому типу еквівалентності за В.Н. Комісаровим, не можна вважати адекватним перекладом, оскільки не встановлено логічний причинно-наслідковий зв'яок між явищами, презентованими в оригіналі.

2. З огляду на постнекласичний тип наукової раціональності «виправлення» інформації оригіналу в перекладі може слугувати яскравим прикладом участі суб'єкта у науковому пізнанні згідно із тріадою відношень «суб'єкт – засоби – об'єкт дослідження». Відповідно до принципів постнекласичного типу наукових розвідок суб'єкт бере активну участь у дослідженні об'єкта і вносить свої корективи у перебіг дослідницького процесу, які впливають на результат.

3. У постнекласичному типі наукової раціональності всі категорії системи пізнання взаємозумовлені та включені до пізнавального процесу. Суб'єкт не ізольований від об'єкта і засобів його дослідження, а безпосередньо занурений у мінливий розвиток досліджуваного явища.

4. Розгляд постнекласичного типу наукової раціональності, екстрапольований на теорію перекладу, дозволяє стверджувати, що філософські категорії «суб'єкт», «об'єкт», «засіб», «цінність» можуть слугувати одиницями глибинного рівня аналізу перекладацького процесу. Згадані елементи утворюють набір прототипних категорій, своєрідний протоінструментарій аналізу перекладу в синергетичному аспекті, формуючи основу синергетичної методології дослідження спеціального перекладу.

Перспективою подальших досліджень може слугувати вивчення принципів аутентичної синергетики в контексті теорії спеціального перекладу, зокрема, принципу емерджентності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Буданов В.Г.* Методология синергетики в постнеклассической науке и в образовании / В.Г.Буданов. – М.: Изд-во ЛКИ, 2009. – 240 с. 2. *Комиссаров В.Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н.Комиссаров. – М.: Высш.шк., 1990. – 253 с. 3. *Степин В.С.* Философия науки. Общие проблемы: учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук / В.С.Степин. – М: Гардарики, 2006. – 384 с.4. *Fluck H.-R.* Fachdeutsch in Naturwissenschaft und Technik. Einführung in die Fachsprachen und die Didaktik/Methodik des fachorientierten Fremdsprachenunterrichts / H.-R.Fluck// Deutsch als Fremdsprache. – Heidelberg, 1984. –308 S. 5. *Koller, Werner.* Einführung in die Übersetzungswissenschaft / W. Koller. – Wiebelsheim: Quelle &Meyer Verlag, 2004.– 343 S. 6. *Reiß, Katharina, Vermeer, Hans.* Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie / K.Reiß, H.Vermeer // Linguistische Arbeiten. – №147. –Tübingen, 1984. 7. *Steger, H.* Erscheinungsformen der deutschen Sprache / H.Steger // Deutsche Sprache. – №16. – 1988. – S. 289-319.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Agrarwirtschaft* – Grundstufe Landwirt. Lehr- und Arbeitsbuch für berufsbildende Schulenin 2 Bänden. – Bd. 1. – BLV Buchverlag GmbH & Co. KG, München, 2007. – 630 S. 2. *Аграрна економіка.* – Фермер: базовий рівень. – Т.1. – Підручник і робоча книга для професійно-освітніх закладів у двох томах (авторизований переклад і ліцензоване видання підручника з аграрної економіки).– Київ: ПП «ІНТАС», 2013. – 615 с.

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

ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКИЙ ТИП НАУЧНОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ В СИНЕРГЕТИКЕ ПЕРЕВОДА

Статья посвящена законам постнеклассического типа научной рациональности в синергетике специального перевода. Рассмотрена реализация постнеклассического типа научной рациональности в переводе на примере исправления оригинала в множественных транслятах научно-технического текста. Доказана необходимость внесения исправлений в текст специального перевода по критерию социальных санкций и практических последствий.

Ключевые слова: *постнеклассический тип научной рациональности, синергетика специального перевода, критерий социальных санкций, субъект исследования, объект исследования, средства исследования.*

Dorofeyeva M.S., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

POSTNONCLASSICAL SCIENTIFIC RATIONALITY IN SYNERGETICS OF TRANSLATION

The article is devoted to synergetic principles of postnonclassical scientific rationality in specialized translation. Realization of postnonclassical scientific rationality in specialized translation on example of the sorce text' correction in multiple translations was looked upon. The necessity of making corrections in the target technical text accordingly with the special criterion of social sanctions was proved.

Key words: *postnonclassical scientific rationality, synergetics of translation, criterion of social sanctions, research subject, research object, research instrumentarium.*

УДК 811.111'42

Єфименко В.А., к. філол. н.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КРОС-МОДАЛЬНА КОГЕЗІЯ В КІНОФІЛЬМІ

У статті розглядається такий вид мультимодального дискурсу, як кінофільм. На прикладі кінофрагменту виокремлюються два типи когезивних ланцюжків, які взаємодіють між собою, утворюючи наративну когерентність фільму. Елементи когезивних ланцюжків (персонажі, об'єкти та дії) виражені крос-модально, тобто за допомогою візуальних, вербальних і звукових засобів.

Ключові слова*: когезія, мультимодальний дискурс, кінодискурс, модус, когезивні ланцюжки.*

Значення у кінофільмах утворюється завдяки комплексній і когерентній комбінації модальностей, таких як слова, зображення, звуки, дії, певні технічні прийоми

тощо. Наприклад, у фільмах усні монологи та діалоги є мультимодальними за своєю природою, адже вони складаються з двох модусів: вербального змісту та голосу. Вербальні й візуальні модуси часто супроводжуються музичними мотивами, що належать до звукового модусу.

Застосування дискурсивної семантики, зокрема, когезивного аналізу, можливе не лише до текстів, й до нерухомих зображень, наприклад, ілюстрацій та рухомих зображень, таких як кінофільми. Ч. Ценг [3] пропонує мультимодальний підхід, який передбачає відстежування когезивно пов'язаних персонажів, об'єктів, типів дії в межах одного кадру та в різних кадрах, а також об'єднання їх у певні конструкції вищого рівня. **Об'єктом** аналізу є живі та неживі предмети з візуального ряду кінофільму, письмовий текст, який можна прочитати з екрану, усне мовлення, звук та музика.

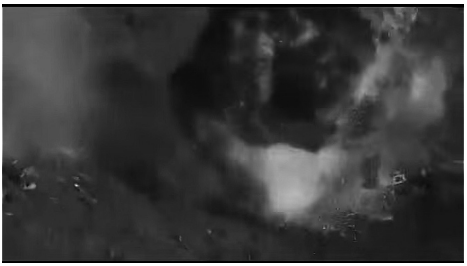
На відміну від мультимодального аналізу, що пропонується Дж. Бейтменом і К.-Г. Шмідтом [1], які на основі принципу єдності просторово-часових відношень виділяють у кінофільмі низку синтагм, мультимодальний когезивний аналіз Ч. Ценг передбачає побудову двох типів когезивних ланцюжків: ідентифікаційного ланцюжка та ланцюжка дій. Принципи побудови ідентифікаційного ланцюжка схожі з тими, які лежать в основі створення лінгвістичних когезивних ланцюжків. Елементи ідентифікаційного ланцюжка можуть належати до візуального, вербального та звукового модусів.

Останні емпіричні дослідження доводять, що розуміння наративних структур кінофільму значною мірою відбувається за рахунок дій персонажів [2]. Для побудови ланцюжка дій варто зупинитися докладніше на типах процесів, які зустрічаються в кінофільмах. Ч. Ценг на основі класифікації типів лінгвістичних процесів М.А.К. Хеллідея виділяє наступні типи кінематографічних процесів: транзакційний процес, який демонструє динамічну взаємодію між персонажами або персонажами та об'єктами; нетранзакційний процес (демонстрація поведінки персонажів без взаємодії з іншими персонажами або об'єктами); процес реагування (наприклад, погляд персонажа на іншого персонажа чи об'єкт); вербальний процес (діалог або монолог персонажів) та концептуальний процес (розкриття ідентичності або відношень частина-ціле персонажів та об'єктів) [3, с. 116]. Взаємозв'язки між побудованими ланцюжками ідентичності та дії встановлюються на основі їх функціонально-семантичних відношень, зокрема, між учасниками, типами процесів і обставинами. Основним критерієм взаємодії між ланцюжками є вимога, щоб принаймні дві ланки одного ланцюжка знаходилися в однаковому семантичному відношенні до двох ланок іншого ланцюжка.

Метою нашого дослідження є когезивний аналіз кінонаративу. Звернемося до кінофільму «Синя Борода» режисера Е. Дмитрука, а саме ретроспективного фрагмента, в якому головний герой Курт згадує про знайомство з його першою дружиною Гретою. Фрагмент розпочинається і закінчується сценою в бальній залі й переривається сценою в саду. Детальний покадровий опис фрагмента пропонується нижче.

Кадр	Візуальне зображення	Опис, аудіоряд
1		Бальна зала, грає музика, багато пар, які танцюють.
2		У спеціальній ложі грає оркестр.
3		Курт танцює з жінкою (Гретою).
4		Загальний план бальної зали.

5		Чоловік і жінка (батьки Грети) крупним планом, чоловік п'є вино з бокала, жінка пильно вдивляється в пари, які танцюють. *M.: 'Peter, wheretheyare, what'shedoing?' P.: 'How should I know? Besides, what could he do?'* Гасне світло, жінка голосно зойкає, за мить світло з'являється. *P.: 'You shouldn't have screamed, darling.' M.: 'Oh, shut up. Peter, they're gone!'*
6		Курт з Гретою в саду, ідуть до лавки, Грета сідає. *K.: 'Thank God our technical progress is not so perfect that things don't occasionally go right. If the lights didn't go off tonight, I wouldn't have an opportunity to keep to myself for a second. But I'm sorry that your mother was frightened.' G.: 'My mother is easily frightened by everything. But my father is a man who gets happier as the day goes, by evening.' K.: 'Oh, yes, yes. And you, what are you like?'* Курт дарує Греті троянду. *G.: 'Me? I don't know, I really don't. All I know is that I'm justhappy right now, that I could laugh with joy.'*
7		Крупний план Курта і Грети, які сидять на лавці. *K.: 'And tomorrow, what will you be like?' G.: 'Tomorrow? Tomorrow I'll probably be sad.' K.: 'Let me come and see you tomorrow because I want you to stay happy.'* Курт цілує руки Грети. *K.: 'You are so beautiful, Greta.' G.: 'And you.' K.: 'No, no.' G.: 'How long have you had it?' K.: 'What?' G.: 'The beard.' K.: 'Since the war, since the war.' G.: 'And never have shaved it off?' K.: 'No, never have, never will.' G.: 'Not even for me?' K.: 'You don't like it.' G.: 'I like it, I just want to look how you look without it.' K.: 'Oh, horrible, horrible, even my own mother …'*

8		У небі літак, який загорається й падає, голос Курта за кадром: *'When I had an air fight and I was shot by the Russians, the plane crashed and burst into flames and I was a little slowgetting out …'*
9		Курт і Грета знову в саду, крупний план Курта. *K.: 'Scar tissue and some strange chemical reaction and I can't shave. That's why I have this ridiculous cut-up.'*
10		Крупний план Грети. *G.: 'Oh, I love it, I really do. Does it tickle?'*
11		Крупний план Курта і Грети. *K.: 'Why don't we find out?'* Цілує Грету.

12		Кіт на дереві голосно нявчить, зістрибує з дерева й кидається до Грети.
13		Курт обнімає Грету, намагаючись заспокоїти. *G.: 'Why does it look at me like that? Why did it attack me?' K.: 'That's my mother's cat.' G.: 'And now it is jealous. But it mustn't be.'*
14		Дія відбувається в бальній залі, мати підбігає до Грети, бере її під лікоть. *M.: 'My baby, what's happened?' K.: 'Your daughter has such a beauty that even flowers and animals are jealous of her.' M.: 'Go, we are going home.Where's your father?'*
15		Пітер стоїть біля столика з напоями і п'є вино. Голос матері за кадром: '*Peter!*'

16		Мати з дочкою залишають залу.

В аналізованому фрагменті вперше представлені Грета – одна з дружин Курта, та її батьки (з реплік ми дізнаємося, що батька звати Пітер, ім'я матері невідоме). Крупний план Грети, яка танцює з Куртом, та її батьків, які ведуть діалог, висуває ці фігури на передній план і фокусує на них увагу глядачів. Грета представлена моно-модально (візуальне зображення), тоді як презентація її батьків відбувається крос-модально, за допомогою візуального, вербального та звукового модусів. Подальша поява головних персонажів у кінофрагменті також пов'язана з візуальним, вербальним та звуковим модусами.

Окрім ідентифікаційних ланцюжків чотирьох головних діючих осіб, виділяємо ще сім ідентифікаційних ланцюжків об'єктів та локацій, які несуть у собі важливе змістове навантаження. Ланцюжок '*people*' є мономодальною конструкцією, реалізованою візуально протягом усього фрагмента. Це загальна група, на фоні якої виділяються специфічні індивіди – головні герої. Ланцюжок '*orchestra*' реалізується крос-модально, за допомогою звукових (кадри 1 – 5) та візуальних (кадр 2) елементів. Звук музики в кадрі 1 відіграє функцію аудіо прелюдії, яка сигналізує про подальшу презентацію «джерела» цього звуку (у нашому випадку – оркестру).

Як уже зазначалося, у кінофрагменті відбувається зміна місця дії: бальна зала – сад – бальна зала. Ці три сцени (сцена, нагадаємо, характеризується єдністю просторово-часових відношень) пов'язані діючими особами, які переходять з однієї сцени до іншої – Куртом і Гретою. Відповідно, два ланцюжки місця дії (*ballroom, garden*) вибудовуються у візуальному модусі.

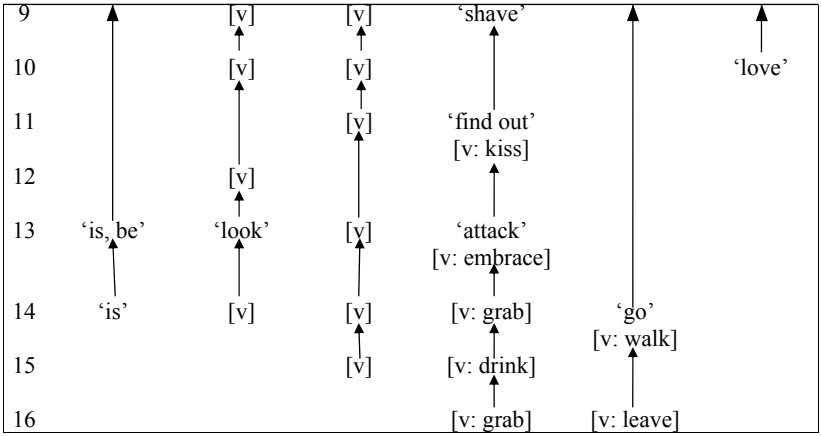
Важливими для розгортання сюжету є ідентифікаційні ланцюжки '*beard*' та '*Kurt'smother*'. У фрагменті, що розглядається, пояснюється, чому Курт завжди носить бороду (щоб приховати шрами, які виникли після того, як його літак був збитий росіянами). До речі, кадр з палаючим літаком є єдиним ретроспективним епізодом, який переносить дію фільму в часи Першої світової війни і який пов'язаний з іншими епізодами закадровим голосом Курта та особовим займенником '*I*', що є частиною його ідентифікаційного ланцюжка. Щодо матері Курта, то в кінофільмі постійно зустрічаємо згадки та посилання на неї, таким чином режисер картини підкреслює вплив, який мати здійснює на Курта навіть після своєї смерті. Нарешті, кіт матері Курта, який з'являється у фрагменті, фігурує у візуальному та вербальному модусах. Виявлені ідентифікаційні ланцюжки представлені в наступній таблиці:

image	Kurt	Greta	mother	Peter	people	orchestra	ballroom	garden	beard	K’s m.	cat
1					[v]	(music)	[v]				
2						(music) [v]	[v]				
3	[v]	[v]			[v]	(music)	[v]				
4					[v]	(music)	[v]				
5	‘they’ ‘he’	‘they’ ‘Greta’	‘you’ ‘dar-ling’[v]	‘I’ ‘Peter’ [v]		(music)	[v]				
6	‘I’ ‘me’ [v]	‘you’ ‘me’ ‘I’ [v]	‘your mother’ ‘my mother’	‘my father’				[v]			
7	‘you’ [v]	‘you’ [v]						[v]	‘beard’‘ it’ [v]	‘my mo-ther’	
8	‘I’										
9	‘I’ [v]							[v]	‘cut-up’[v]		
10		‘I’ [v]						[v]	it		
11	‘we’ [v]	‘we’ [v]						[v]			
12								[v]			[v]
13	[v]	‘me’ [v]						[v]		‘my mother’	‘it’ , ‘cat’
14	[v]	'baby' ‘daugh-ter' ‘we’ [v]	‘your’ ‘we’ [v]	‘father’			[v]				
15				‘Peter’ [v]	[v]		[v]				
16	[v]	[v]	[v]		[v]		[v]				

Окрім ідентифікаційних ланцюжків, в аналізованому уривку було виявлено шість ланцюжків дій. Концептуальні процеси виражаються за допомогою різних форм дієслова '*tobe*' і допомагають розкрити ідентичність персонажів. Процес реагування, що включає погляди одних персонажів на інших, реалізується переважно візуально за допомогою кадрів, знятих з точки зору персонажів (кадри 9,10), а також кадрів, на яких матір Грети за допомогою лорнета спостерігає за танцем своєї доньки з Куртом (кадр 5) та дивиться, куди подівся її чоловік (кадр 14). Один випадок вербальної реалізації ланцюжка реагування включає вживання Гретою дієслова '*to look*'.

Вербальний ланцюжок реалізується за рахунок візуального зображення діалогів між персонажами. Ланцюжок транзитивних процесів побудований крос-модально й складається з лексичних одиниць, що позначають дії (*do, see, shave, findout*), та візуального модусу (зображення процесів, що передають взаємодію між персонажами або персонажами та об'єктами, наприклад, *dance, hold, drink, kiss*). Ланцюжок нетранзитивних процесів включає процеси, які не передбачають взаємодію з іншими персонажами, зокрема, позначені дієсловами руху (*go, come, get out*) або передані візуально (*walk, leave*). Ментальні процеси реалізуються вербально в діалогах між Куртом і Гретою, а також її батьками і маркуються дієсловами *know, want, like*. Ланцюжки дій схематично зображені нижче:

	conceptual	reactional	verbal	transac-tional	non-tran-sactional	mental
1				[v: dance]		
2				[v: play]		
3				[v: dance]		
4				[v: dance]		
5	'are, is'	[v]	[v]	[v: hold, drink] 'do'	'go'	'know'
6	'is, are, am'		[v]	[v: kiss]	'laugh' [v: walk]	'know'
7	'will be, are'		[v]	[v: give] 'see, shave off'	'come'	'want, like'
8			[v]	'was shot'	'get out'	
9		[v]	[v]	'shave'		



Нарешті, ідентифікаційні ланцюжки та ланцюжки дій взаємодіють між собою, утворюючи комплексні структури, завдяки яким досягається наративна когерентність фільму. Варто зазначити, що не всі виділені нами раніше когезивні ланцюжки вступають у взаємодію один з одним. Наприклад, ідентифікаційні ланцюжки ‘*beard’, ‘Kurt’smother’, ‘cat’* не мають достатньої кількості семантичних зв’язків з іншими ланцюжками, щоб бути включеними в загальну схему. Окрім того, як вже зазначалося, дія кінофрагмента відбувається в двох різних локаціях, тому ми створили дві схеми: перша відноситься до персонажів та їх дій в бальній залі, друга – в саду.

У Схемі 1 розкриваються функціонально-семантичні відношення, які виникають між персонажами в бальній залі. Так, усі вони виступають акторами в транзитивних процесах і усі (крім Пітера) – акторами у нетранзитивних процесах, при цьому Грета є і актором, і метою таких процесів. Усі персонажі, крім Грети, є одночасно і мовцями, і реципієнтами вербальної інформації, Грета ж, на відміну від сцени в саду, в бальній залі участі в діалогах не бере, тому її ідентичність у межах цього фрагмента реалізується моно-модально. Єдиним актором в процесах реагування є матір Грети, яка розглядає спочатку Курта, який танцює з її дочкою, а потім шукає чоловіка. Нарешті, Пітер є єдиним учасником ментальних процесів (коли він промовляє фразу ‘*How should I know?*’).

Як свідчить схема, найбільше функціональних завдань виконує матір Грети: вона є актором в транзитивних, нетранзитивних і вербальних процесах, а також у процесах реагування. Відповідно, вона є найактивнішим персонажем цього фрагмента. Грета, навпаки, виступає актором лише в двох видах процесів (транзитивних і нетранзитивних), натомість, є метою в нетранзитивному процесі, об’єктом сприйняття в процесі реагування та реципієнтом у вербальному процесі, тобто переважають пасивні функції, графічно позначені пунктиром. Навіть в епізоді з котом вона виявляється об’єктом сприйняття.

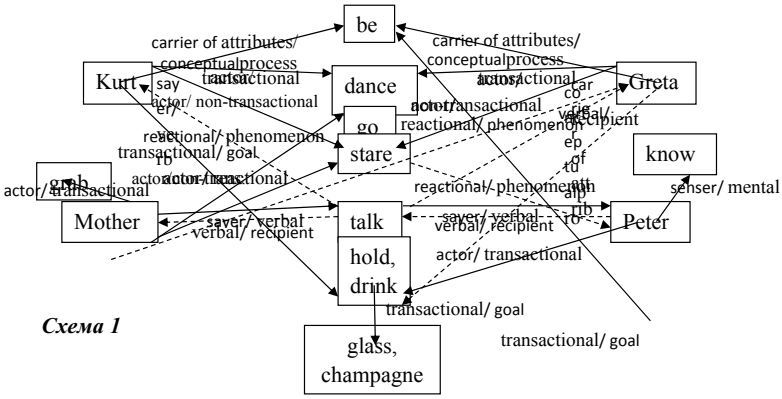


Схема 1

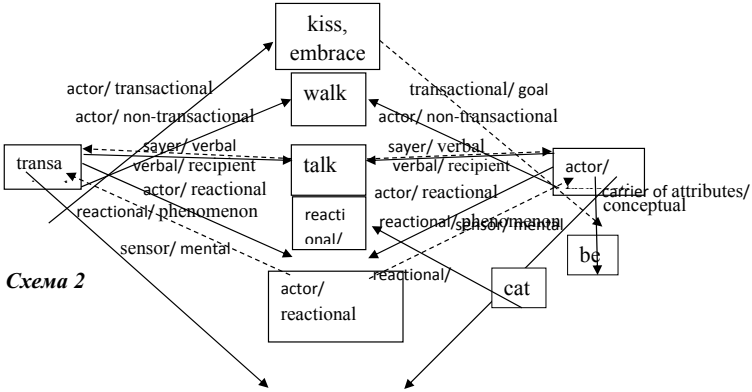


Схема 2

Учасниками сцени в саду є лише Курт і Грета, тому саме вони представлені в Схемі 2. Завдяки тому, що практично вся сцена складається з діалога, процеси, в яких беруть участь герої, переважно співпадають. Курт і Грета є акторами в нетранзитивних, вербальних, ментальних процесах і процесах реагування. Одночасно вони виконують пасивні ролі як реципієнти у вербальних процесах та об'єкти сприйняття в процесах реагування. Окрім того, Грета є носієм певних рис у концептуальному процесі та метою в транзитивних процесах, коли Курт, який є актором у цих процесах, обіймає й цілує її. Таким чином, порівняно з епізодом у бальній залі, Грета виконує більше функціональних ролей як актор, проте в деяких процесах (зокрема, транзитивних) залишається пасивним учасником.

Таким чином, проведений мультимодальний аналіз дозволив виявити когерентність фрагмента кінофільму шляхом дослідження взаємовідношень між наративними

елементами, такими як персонажі, об'єкти та дії, вираженими крос-модально, тобто за допомогою візуальних, вербальних і звукових засобів. Поєднання когезивного аналізу з іншими підходами сприяє комплексному вивченню кінонаративу як одного з основних компонентів мультимодальних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Bateman J., Schmidt K.-H.* Multimodal Film Analysis: How Films Mean / J. Bateman, K.-H. Schmidt. – London, New York: Routledge, 2012. – 338 p. 2. *Mital P., Smith T., Hill R., Henderson J.* Clustering of gaze during dynamic scene viewing is predicted by motion / P. Mital, T. Smith, R. Hill, J. Henderson // Cognitive Computation. – № 3. – 2011. – Pp. 5 – 24. 3. *Tseng C.* Cohesionin Film: Tracking Film Elements / C. Tseng. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013. – 176 p.

Ефименко В.А., к. филол. н.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КРОСС-МОДАЛЬНАЯ КОГЕЗИЯ В КИНОФИЛЬМЕ

В статье рассматривается такой вид мультимодального дискурса, как кинофильм. На примере кинофрагмента выделяются два типа когезивных цепочек, которые взаимодействуют между собой, создавая нарративную когерентность фильма. Элементы когезивных цепочек (персонажи, объекты и действия) выражены кросс-модально, т.е. с помощью визуальных, вербальных и звуковых средств.

Ключевые слова*: когезия, мультимодальный дискурс, кинодискурс, модус, когезивные цепочки.*

Yefymenko V.A., PhD.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

CROSS-MODAL COHESION IN FILM

The article examines such type of multimodal discourse as film.Two types of cohesive chains are constructed,which interact with each other thus creating narrative coherence of the film. Elements of cohesive chains (characters, objects, actions) are expressed cross-modally, i.e. in visual, verbal and audio modes.

Key words*: cohesion, multimodal discourse, film discourse, mode, cohesive chains.*

УДК 811.111'27'42:801.6:659.145

Задоріжна Н.І., к. філол. н., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПРОСОДІЯ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ В КАЗКАХ ДЛЯ МОЛОДШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Статтю присвячено порівняльному аналізу просодії персонажного мовлення у казках для молодшого дошкільного віку на матеріалі англійської, російської та української мов. Аналізовані у статті фрази характеризуються високим рівнем емоційного потенціалу. Виокремлено голосові портрети казкових персонажів і виявлено роль кожного із просодичних компонентів у їх відтворенні.

Ключові слова: *просодія, аудіоказка, голосовий портрет, мелодика, діапазон ЧОТ, діапазон інтенсивності, темпорально-паузальні характеристики, тембр.*

Визначальною рисою сучасної лінгвістики є комплексний, міждисциплінарний характер дослідження мови як складного утворення, де тісно взаємодіють мовні одиниці різних рівнів. Експресивність мовлення, яку визначають як здатність виражати почуття, інтенції та ставлення мовців, є важливим аспектом аналізу усного мовлення та предметом дослідження комп'ютерної лінгвістики, психолінгвістики та фонетики [Montano 2013, с. 171]. Для надання тексту, що озвучується, експресивності, використовуються різноманітні просодичні ресурси. Деякі з них є універсальними для всіх мов (варіативність мелодики, ритму, гучності тощо), тоді як інші є специфічними для кожної окремої мови (природа варіативності мелодики, використання мелодики або темпу як просодичної домінанти тощо) [Magnier 2014, с. 140].

Експресивність є невід'ємною частиною просодії персонажного мовлення у казках для молодшого дошкільного віку. В аудіоказці просодія посідає особливе місце серед мовних засобів увиразнення завдяки її здатності створювати наочні образи та глибше проникати в суть явищ та подій. За таких умов вона перетворюється на основний засіб емоційного та естетичного впливу на слухача. Просодичні елементи, що виконують роль зображально-виражальних засобів, проявляють себе в мові у взаємодії, групуючись у відповідні моделі, за допомогою яких передаються різноманітні почуття персонажів, а також додаткова інформація про них.

Казка, що акумулює в собі споконвічну народну мудрість, є вихідним і найбільш впливовим явищем у процесі набуття дитиною комунікативного і когнітивного досвіду [Тараненко 2014, с. 171]. Будучи одним із найпопулярніших жанрів усної словесності, казка плекає ідеали доброти, милосердя, засуджує жадібність, корисливість і нечесність [Демедюк 2010, с. 3]. Вона виконує такі важливі функції, як естетична, пізнавальна, морально-етична, соціально-виховна, розважальна, розвиваюча, терапевтична, сугестивна [цит. за Тараненко 2010, с. 118]. Останнім часом усе

більшого поширення набувають озвучені казки, що створюють свій «театр уяви» та відрізняються майстерністю виконання.

Просодичні характеристики усної актуалізації казок неодноразово ставали об'єктом лінгвістичних досліджень. Проте не було здійснено спроби порівняльного дослідження таких характеристик на матеріалі різних мов. Особливий інтерес викликають просодичні характеристики персонажного мовлення в різносистемних мовах. Персонажне мовлення не лише відображає соціально-статусні характеристики казкових персонажів, але й вказує на вікові, гендерні та інші характеристики.

Аудіоресурсами для експериментального матеріалу послугували казки для молодшого дошкільного віку «Троє поросят» та «Колобок» англійською, українською та російською мовами, озвучені дикторами чоловічої та жіночої статі. Такі чарівні казки знаходяться поза культурою, поза расовими розрізненнями та здатні дуже легко мігрувати. Їх можна вважати інтернаціональною мовою людства, мовою осіб різного віку та всіх національностей, яка не залежить від культурних розбіжностей [Франц 1998, с. 33]. Казки на зразок останніх належать до найперших художній творів, з якими знайомляться дошкільнята, та являють собою багатий матеріал для розвитку дитячої уваги і творчості за умови вдалого звукового відтворення.

В ході нашого дослідження ми спиралися на загальнотеоретичні положення фонетики. Порівняльний аналіз просодії казок було здійснено з використанням традиційної номенклатури фонетичних засобів. Провідними засобами забезпечення зв'язності та передачі різних відтінків значень та емоцій в аудіоказці є просодичні засоби, зокрема, мелодика, діапазон ЧОТ та інтенсивності, ритм, темпорально-паузальні та тембральні характеристики. У фокусі нашої уваги стилізоване мовлення казкарів, що відтворюють казкових персонажів та тварин.

Диференціюють такі манери оповіді казки, як розповідна, описова та діалогічна [Adell 2005; Montano 2013]. Найбільший інтерес становить діалогічна манера оповіді, оскільки в ній казкарі найбільш широко використовують арсенал просодичних засобів задля передачі звукових портретів персонажів. Аналіз персонажного мовлення було здійснено на рівні фраз. Аналізовані у статті фрази характеризуються високим рівнем емоційного потенціалу. Одиницею аналізу є інтоногрупа.

В ході дослідження було виокремлено голосові портрети, що використовуються оповідачами для імперсоналізації різних казкових персонажів. Голос є сигнальною системою емоцій, тотожною за важливістю виразам обличчя, однак відмінною. Залежно від ситуації спілкування, потреб комунікації та інтенцій мовця ті чи інші компоненти просодії можуть набувати провідної ролі у вираженні смислу висловлювання [Захарова 2014, с. 71]. Голосова поліфонія в аудіоказці підкреслює унікальність та особливість кожного з казкових персонажів.

В ході аналізу аудіоказки «Троє поросят» було виокремлено звукові портрети трьох поросят і Вовка, кожен з яких має ряд диференційних рис. Мовлення найменшого поросяти в англомовній версії казки «Three Little Pigs» характеризується пискливим голосом, переважанням низьких висхідних тонів, що вказує на невпевненість, некатегоричність, а також звуженим діапазоном ЧОТ та малою варіативністю

мелодичного контуру. Такі просодичні маркери характерні для мовлення маленьких дітей, у яких ще не сформувалися навички вмілого інтонування. Мовлення середнього поросяти відрізняється назальністю, гнусавістю і також відтворюється у високому регістрі.

Для мовлення молодших поросят характерним є одночасне тональне та динамічне виділення ключових слів у фразі, нерегулярний темп, стакатоподібний ритм. При сильному хвилюванні молодші поросята говорять начебто захлинаючись, прискорюючи темп й використовують короткі паузи. Як видно з наведеного нижче прикладу, середньоскладова тривалість першої інтоногрупи вказує на більш швидкий темп реалізації у порівнянні з другою:

Not by the hair of my chinny chin chin, ¦ I'll not let you in!
191 136 244

Голосовий портрет старшого поросяти має деякі відмінності, зокрема середній регістр реалізацій, більш випуклий мелодичний контур, використання високих низхідних та рівних тонів. Така комбінаторика просодичних параметрів дозволяє маленьким слухачам уявити образ старшого брата, що є більш досвідченим, упевненим у своїх силах та здатним постояти за себе.

Голосовий портрет Вовка має такі характеристики: різкий та скрипучий тембр, який асоціюється із вираженням негативних емоцій (гнів, підступність тощо), різкі зміни темпу в межах однієї фрази (від уповільненого до пришвидшеного), використання довгих емфатичних пауз для виділення ключових слів. Наприклад:

Then I'll huff ¦ and I'll puff ¦ and I'll blow your house in!
322 618мс 378 577мс 396

Як видно з наведеного прикладу, середньоскладова тривалість інтоногруп є меншою за тривалість емфатичних пауз, які надають фразі більшої категоричності. Голосовий портрет Вовка здебільшого реалізується у низькому регістрі, проте при вираженні сильного роздратування та погроз спостерігається перехід на крикливий фальцет. За рахунок цього відбувається додаткове розширення діапазону ЧОТ від розширеного до широкого. Тональний контур є хвилеподібним. Діапазон інтенсивності здебільшого звужений, проте інтенсивність мовленнєвих партій цього персонажа є великою, про що свідчать її середні максимальні (68,1дБ) та мінімальні показники (60,7дБ).

Російська версія казки «Трое поросят» має у своєму просодичному оформленні як спільні, так і відмінні риси при порівнянні з англомовним варіантом. Голосовий портрет наймолодшого поросяти характеризується писклявим голосом у найвищому регістрі. Середні показники максимумів ЧОТ сягають 69пт для підкреслення легковажності, вітряності героя, проте діапазон ЧОТ є звуженим. Характерними також є заповнені паузи обдумування поряд із подовженням приголосних (імітація заїкання). Наприклад:

Зззавтра ¦ с утра ¦ возьмемся за дело!
788 384 232 1, 011

Диферентором цього персонажа також є використання довгих пауз хезитації, що вказують на його невпевненість. Наприклад:

Ну, ¦ пойдем ¦ посмотрим!
158 301 254 267 490

Середнє порося говорить різким і водночас писклявим голосом, що свідчить про недосвідченість і самовпевненість героя. Мелодиці цього персонажа притаманне використання низьких низхідних та рівних тонів та шкал, звуженого діапазону ЧОТ й нерегулярного темпу з тенденцією до пришвидшення. Діпазон інтенсивності мовлення героя є середнім.

Темпорально-паузальні контрасти у мовленні, так само як і в англомовній версії казки, виступають у ролі просодичної домінанти у змалюванні образу молодших поросят. Має місце порізаність мелодичного контуру на короткі інтоногрупи, що розділяються емфатичними паузами. За рахунок цього мовлення звучить уривчасто, ритм стакатоподібний. Така комбінаторика просодичних параметрів вказує на недалекість персонажів. Наприклад:

Когда нужно будет, ¦ я сам ¦ построю себе дом!
668мс 325мс 483мс 139мс 825

Звуковий портрет найстаршого поросяти характеризується широким діапазоном ЧОТ та інтенсивності, складними та простими термінальними тонами, серед яких високі висхідні (у нетермінальних інтоногрупах), висхідно-низхідні та високі низхідні. Перед нами виникає звуковий портрет досвідченого персонажа, якому притаманний повчальний тон завдяки поєднанню низького регістру, хрипкого тембру, який надає мовленню авторитетності, та темповим контрастам й емфатичному паузальному членуванню. Наприклад:

Дом поросенка ¦ должн быть крепостью!
254 342 142

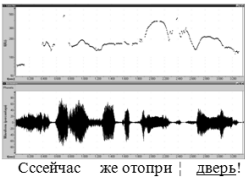
Темпорально-паузальні контрасти також виявляються у подовженні ключових слів та їх виділенні в окрему інтоногрупу за допомогою довгих емфатичних пауз. Наприклад:

Тогда я буду ¦ **один** ¦ строить себе дом!
720 303 629 158 1,088

Голосовий портрет Вовка характеризується розширеним діапазоном інтенсивності, широким діапазоном ЧОТ, використанням варіативного мелодичного контуру (складні та прості термінальні тони), уповільненим темпом, подовженням слів, вимовлянням по складах, виділенням їх в окремі інтоногрупи, емфатичною паузацією. Для створення атмосфери жаху, залякування та підкреслення розлюченості Вовка відбувається подовження приголосних у ключових словах. Наприклад:

А не то я ¦ так дуну, ¦ что весь твой ¦ дом ¦ <u>рррразлетиться</u>!
605 201 1,117 189 833 175 380 327 1,326

У нижченаведеній просограмі фрази, що належить Вовку, відбувається подовження приголосної та розтягування слів для вираження емоції презирства та зверхності. Слова персонажа промовляються крізь зуби на фоні контрастного використання тембрів (перехід від низького глухого голосу до крикливого, тремтливого фальцету). Діапазон інтенсивності складає 13,6 дБ, а діапазон ЧОТ – 18,3 пт. Реалізується рівна шкала і висхідний+низхідний тон (1 інтоногрупа) і низький низхідний тон (друга інтоногрупа).



Сссейчас же отопри ¦ дверь!
2,294 234 796

Український варіант казки «Троє поросят» передусім відрізняється тим, що персонажі поросят озвучені дитячими голосами, на відміну від стилізацій під дитяче мовлення в англійській та російській версії відповідної казки. З точки зору тембру, ці голоси є нейтральними й відрізняються лише за регістром (чим менше порося, тим вищий регістр). Звукові портрети поросят характеризуються прискореним темпом, хвилеподібним мелодичним контуром, використанням простих термінальних тонів (здебільшого низьких та високих низхідних тонів), середнім діапазоном ЧОТ, звуженим діапазоном інтенсивності. Мелодичний контур останнього є більш випуклим.

Голосовий портрет Вовка характеризується хвилеподібним мелодичним контуром, багатим репертуаром мелодичних тонів (складних і простих) з низхідним рухом, широким діапазоном інтенсивності, розширеним діапазоном ЧОТ, хрипким, скрипучим тембром у низькому регістрі, сповільненим темпом з тенденцією до пролонгації ключових слів і виділення їх в окрему інтоногрупу за допомогою емфатичної паузи. Наприклад:

Пацю, пацю, ¦ відчини! Я до тебе ¦ в гості!
1,167 484 1,034 245 1,054

У казці «Колобок» спостерігаються свої експресивні моделі та специфічна комбінаторика просодичних параметрів при аналізі кожного голосового портрета. У всіх аналізованих мовах Заєць, Вовк, Ведмідь та Лисиця звертаються до Колобка одними й тими ж словами: «Колобок, Колобок, я тебе з'їм!». Проте звукові портрети персонажів значно відрізняються. Завдяки відповідній комбінаториці просодичних компонентів слухач легко впізнає у них лякливого Зайця, великого незграбного Ведмедя, злого Вовка, хитру Лисицю.

В англомовній версії аудіоказки «Johnny-cake» голосовий портрет головного героя має такі характеристики: хвилеподібний мелодичний контур, широкий діапазон ЧОТ за рахунок значних тональних перепадів, використання емоційно забарвлених складних та простих тонів, найчастотнішими серед яких є висхідно-низхідні, низхідно-висхідні та високі низхідні тони, середній діапазон інтенсивності, дуже швидкий темп мовлення, розтягування ключових слів. Проте найяскравішим просодичним маркером виступає тембральне забарвлення, що разом із іншими просодичними параметрами створює гумористичний ефект. Тембр цього персонажа можна описати як комічний, дитинячий, жартівливий, грайливий, легковажний. Це голосовий портрет холерика, що має крикливий тембр і в найбільш емоційних висловлюваннях переходить на фальцет. Такі контрасти підкреслюють самовпевненість та нахабство головного героя.

Голосовий портрет Ведмедя має наступні особливості: середній діапазон ЧОТ, поєднання поступово-низхідної мелодичної шкали і низхідно-висхідних тонів,

сповільнений темп, сиплий тембр, низький регістр, широкий діапазон інтенсивності. Ці маркери допомагають уявити впевненого в своїй перевазі великого, незграбного Ведмедя похилого віку.

Основними маркерами голосового портрета Вовка є хрипкий, грубий тембр, низький регістр, середній діапазон ЧОТ використання ковзно-низхідних мелодичних шкал та висхідно-низхідних тонів, середній темп, широкий діапазон інтенсивності. Така комбінаторика просодичних параметрів допомагає підкреслити наявність ворожих намірів, підступність, хижість персонажу.

Голосовий портрет Лиса є найяскравішим серед усіх персонажів-звірів та озвучується чоловічим голосом. Він відрізняється поєднанням яскравого хвилеподібного контуру на низького низхідного тону, придиховим тембром з переходом на притишений у кінці фрази, широким діапазоном ЧОТ та інтенсивності, сповільненим темпом, частотним використання емфатичних пауз в межах фрази. Завдяки такому поєднанню просодичних параметрів неважко уявити образ старого, хитрого і підступного Лиса. Наприклад:

Can’t you come	¦	just a little	¦	closer?
1025	687	831	565	912

Розглянемо голосовий портрет Колобка в російській версії однойменної казки. Головний персонаж озвучується жіночим голосом. Цікаво, що у звертанні до кожного з казкових персонажів-звірів головний персонаж використовує різні якості голосу. У звертанні до Зайця голос звучить як грайливий, дзвінкий й вирізняється стакатоподібним ритмом, оскільки заєць не викликає у Колобка сильного страху. Проте у звертанні до хижого Вовка голос головного героя стає мелодійним, співучим й характеризується легатоподібним ритмом й розтягуванням ключових слів, що характерно для дитячого прохання. Наприклад: *Не ешь меня, серый волк,* ***я тебе песенку спою.*** Мовлення Колобка, який посмілішав, у звертанні до кремезного, незграбного Ведмедя та хитрої Лисиці пересипане сміхом, вигуками. Дзвінкий голос у високому регістрі вказує на легковажність, безтурботність героя.

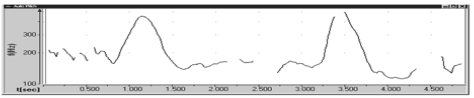
Загалом голосовий портрет Колобка має певні особливості, зокрема використання хвилеподібної шкали або поступово-низхідної шкали з порушеною поступовістю, у якій спеціальні підйоми виділяють ключові слова. Наприклад: *Я от ↑дедушки ушел, я от ↑бабушки ушел, а от ↑тебя, Зайца, нехитро уйти!*; реалізація простих та складних тонів різних конфігурацій, найчастотнішими з яких є висхідний+низхідний та високий низхідний, середній темп, розширений діапазон ЧОТ, середній діапазон інтенсивності.

Голосовий портрет Зайця характеризується нейтральним голосом, середнім темпом, середнім діапазоном ЧОТ, розширеним діапазоном інтенсивності за рахунок переходу на притишений голос у кінці висловлювань. Ця особливість, поряд із використанням цим персонажем поступово-висхідних та рівних шкал у поєднанні з низькими низхідними тонами, вказує на його невпевненість, лякливість.

Основними характеристиками голосового портрета Вовка є низький регістр, глухий тембр, уповільнений темп, широкий діапазон інтенсивності та ЧОТ, використання хвилеподібної шкали та низького низхідного тону.

Казкар, що озвучує Ведмедя, послуговується такою ж мелодикою, темпом та діапазоном інтенсивності, як і у попереднього персонажа, говорить хрипким, скрипучим голосом у низькому регістрі, використовує звужений діапазон ЧОТ, розтягує останні слова у фразах. Наприклад: *Колобок, Колобок, я тебя* ***съем!***

Найбільший інтерес представляє голосовий портрет Лисиці, озвучений жіночим голосом. Тембр цього персонажа можна описати як придиховий співучий, м'який, оксамитовий. Завдяки цим якостям він звучить загадково, улесливо, делікатно, грайливо. Голосовий портрет лисиці відрізняється легатоподібним ритмом, уповільненим темпом, широким діапазоном ЧОТ та інтенсивності, використанням ковзно-низхідної шкали (для підкреслення улещування, підступності), емоційно-забарвлених складних тонів, найчастотнішими серед яких є висхідно-низхідні, та пролонгацією ключових слів разом із яскравим тональним виділенням останніх. Наприклад:



Головний персонаж української версії «Колобок» озвучений дитячим голосом у високому регістрі. Як і в російській версії казки, Колобок звертається до казкових звірів, яких він зустрічає по-різному. У розмові із Зайцем його голос ніжний, м'який, ритм легатоподібний, діапазон інтенсивності розширений за рахунок того, що кінець фрази вимовляється притишеним голосом. Така комбінаторика просодичних параметрів надає мовленню відтінку винуватості, беззахисності. Проте у розмові з Вовком, Ведмедем та Лисицею голосовий портрет змінюється і з лагідної, прохальної манери переходить на дзвінку, життєрадісну, впевнену. Це виражається у розширенні діапазону ЧОТ та інтенсивності, пришвидшенні темпу, збільшенні варіативності мелодичної кривої, використанні більш емфатичних варіантів тонів.

Специфічне голосове забарвлення має Заєць. Сиплий відтінок голосу у поєднанні зі звуженим діапазоном ЧОТ та інтенсивності, рівною шкалою та рівним тоном вказує на невпевненість, лякливість персонажа. Низький, глухий голос Вовка у вузькому діапазоні ЧОТ вказує на протилежні якості. Персонаж підкреслює свою перевагу розширенням діапазону інтенсивності та розтягуванням слів.

Голосовий портрет сильного, кремезного Ведмедя можна впізнати за оксамитовим баритоном, сповільненим темпом актуалізації, використанням статичних, тобто рівних термінальних тонів. При цьому діапазон інтенсивності та діапазон ЧОТ є звуженими. Контрастує з ним голосовий портрет Лиса, в реалізації низького, хрипкого й водночас розслабленого чоловічого голосу. Сповільнений темп, хвилеподібна шкала зі значними тональними перепадами у поєднанні з низьким низхідним тоном, широкий діапазон ЧОТ та інтенсивності надають мовленню Лиса манірності і яскравого емоційного забарвлення.

Отже, проведений нами порівняльний аналіз просодії персонажного мовлення в аудіоказках для молодшого дошкільного віку на матеріалі англійської, російської та української мов вказує на наявність інваріантних та варіативних рис звукового оформлення. Спільною просодичною характеристикою, що об'єднує англійські, російські

та українські казки, є темпорально-паузальні контрасти, частотне використання хвилеподібного мелодичного контуру. Цього висновку дійшли й інші дослідники, що вказують [Kawaguchi 2006, с. 35] на високу рекурентність так званих мелодичних арок, що характеризуються почерговим тональним підйомом і спадом у звуковому оформленні казок. Диферентори просодичних характеристик голосових портретів казкових персонажів у всіх аналізованих мовах було виявлено у використанні мелодики, діапазону ЧОТ і інтенсивності та тембру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Демедюк М.В.* Національна специфіка української народної казки: автореф. дис. … канд. філол. наук : 10.01.07 / М.В. Демедюк ; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка.-Л., 2010. – 20 с. 2. *Захарова Ю.М.* Прикладна фонетика : навч. посіб. / Ю.М.Захарова. – К.:Наук.-вид. центр НА СБ України, 2014.-212 с. 3. *Тараненко Л.І.* Актуалізація англійських прозових фольклорних текстів малої форми: Монографія / Л.І. Тараненко. – К.: Кафедра, 2014. – 288 с. 4. *Франц М.-Л. фон.* Психология сказки. Толкование волшебных сказок. Психологический мотив искупления в волшебной сказке / Мария-Луиза фон Франц; [пер. с англ.]. – СПб. : Б.С.К.,1998. – 360 с. 5. *Montano R., Alias F. Ferrer J.* Prosodic analysis of storytelling discourse modes and narrative situations oriented to Text-to-Speech synthesis //8th ISCA Speech Synthesis Workshop. August 31-September 2 2013. Barcelona,Spain. – P.171-176.6. *J. Adell, A. Bonafonte, and D. Escudero* Analysis of prosodic features towards modelling of emotional and pragmatic attributes of speech // Procesamiento del lenguaje natural, no. 35, 2005.-P. P.277– 283. 7. *Y. Kawaguchi, I.Fónagy, T.Moriguchi* Prosody and Syntax: Cross-linguistic Perspectives// Tokyo University of Foreign Studies / Hungarian Academy, CNRS / Shizoka University2006. – 383 p. 8. *Magnier J., Gratier M., Lacheret A.* Expressive vs Neutral prosody in reading aloud: From descriptive binary to continuous features. Speech Prosody 7, May 2014, Dublin, Ireland.-2014. P. 140-143.

Задорижная Н.И., к. филол. н., ассистент,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПРОСОДИЯ ПЕРСОНАЖНОЙ РЕЧИ В СКАЗКАХ ДЛЯ МЛАДШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Статья посвящена сравнительному анализу просодии персонажной речи в сказках для младшего дошкольного возраста на материале английского, русского и украинского языков. Проанализированные в статье фразы характеризируются высоким уровнем эмоционального потенциала. Вычленено голосовые портреты сказочных героев и выявлена роль каждого из просодических компонентов в их воспроизведении.

Ключевые слова: *просодия, аудиосказка, голосовой портрет, мелодика, диапазон ЧОТ, диапазон интенсивности, темпорально-паузальные характеристики, тембр.*

Zadorizhna N.I., PhD., Assistant Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

CHARACTER SPEECH PROSODY IN FAIRYTALES FOR PRESCHOOL CHILDREN

The article is devoted to comparative analysis of character speech prosody in fairytales for preschool children in English, Russian and Ukrainian. The phrases analyzed in the article are characterized by high level of emotional potential. Voice portraits of fairytale characters were singled out and the role of each prosodic component in their reproduction was revealed.

Key words: *prosody, audio fairy tale, voice portrait, speech melody, pitch range, intensity range, temporal characteristics, voice quality.*

УДК 81’373.2

Зимовець Г.В., к. філол. н.
Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України

ЗНАЧЕННЯ ЛОКАТИВНОГО КОМПОНЕНТА В ЕРГОНІМІЇ

У статті розглядається локативний компонент семантики ергонімів, який є одним із основних мотиваторів цього лексичного розряду. Авторка аналізує основні способи утворення ергонімів із зазначеним компонентом (лексико-синтаксичний, словоскладання, трансонімізацію та онімізацію), виділяючи типові для них мотиваційні ознаки. Крім того, було простежено зв’язок між семантикою ергонімів та їхніми функціями.

Ключові слова*: семантика, мотивація, ергонім, топонім, аксіологія.*

На сучасному етапі спостерігаються значні зміни в лексичній системі української мови, що проявляється, в тому числі, в активному поповненні словника мовними одиницями різних семантичних груп. Одним із найбільш динамічних лексичних класів є ергоніми, до яких ми зараховуємо назви ділових об’єднань людини, тобто підприємств, організацій, об’єднань тощо [3, с. 151]. Останнім часом цей ономастичний розряд привертає дедалі більшу увагу дослідників у різних країнах. Зокрема, в Україні його аналізу було присвячено дисертації Н.В. Кутузи, Н.М. Лєсовець, Ю.М. Петрашик, О.М. Сидоренко, М.М. Цілиної, С.О. Шестакової. Назви компаній виступають також предметом розгляду в працях польських дослідників А. Лєвандовського та А. Галковського. У російському мовознавстві їх вивчали А.В. Суперанська, А.Ф. Ємельянова, М.Я. Крючкова.

Об’єктом нашого дослідження є ергоніми, які містяться в довідковому виданні «Золоті сторінки України 2006» (40 000 од.). Аналіз показав, що у більшості випадків до складу ергонімів входять лексеми, які характеризують такі аспекти діяльності підприємства або організації, як місце її здійснення та предмет. Ці дві основні мотиваційні ознаки виділяються також іншими дослідниками українського ергономіко ну [1; 4; 5; 6]. Ми вважаємо, що при вивченні зазначеного ономастичного розряду необхідно також

враховувати прагматичний компонент, оскільки кінцевою метою номінатора є встановлення успішної комунікації з адресатом та спонукання останнього до дій.

У цій статті ми зосередимося на способах окреслення місця діяльності та, відповідно, функціональної ролі топонімічного компонента в складі ергонімів, а також на неінформативних функціях лексем із просторовою семантикою. Загалом локативна семантика є істотним компонентом фрейму виробничої діяльності, оскільки повідомляє адресату необхідну інформацію про місцезнаходження організації або підприємства, що є важливим при пошуку найближчого для адресата місця задоволення його потреб в отриманні тієї або іншої продукції чи послуг. Крім того, локалізація виробника виступає також засобом мовного впливу, оскільки з певними регіонами асоціюються високі стандарти продукції, що найяскравіше простежується в позначеннях сільгосппродукції та її виробників через відтопонімний прикметник: *ніжинські огірки, вологодське масло, чеське пиво,* що є цілком логічним з огляду на існування певних кліматично-географічних особливостей місцевості, які значною мірою і визначають якість продукту.

Ми вважаємо, що компоненти з вокативною семантикою в ергонімії: 1) є засобом географічної референції суб'єкта діяльності, 2) виступають у функції утилітарної оцінки, 3) виражають національну ідентичність адресанта та його систему цінностей, 4) представляють певні культурні смисли. Розглянемо докладніше ономасіологічні та структурні особливості ергонімів із локативною семантикою. У структурному плані локативний компонент може передаватися: 1) відтопонімним прикметником, 2) топонімом у складі словосполучення, 3) топоосновою в складі композитів, 4) одиничним трансонімізованим топонімом, 5) онімізованим апелятивом просторової семантики.

Відтопонімні прикметники зазвичай виконують інформативну функцію, позначаючи місцезнаходження підприємства в ергонімах-словосполученнях. При цьому вони, як правило, використовуються в номінаціях, які складаються із трьох або більше компонентів, виступаючи в ролі одного з атрибутивних членів, натомість інші компоненти характеризують предмет діяльності: *Підволочиська фабрика пластмасових виробів, Волинська фондова компанія, Галицький промисловий альянс, Побузький феронікелевий комбінат*. Такі номінації ми визначаємо як описові за характером семантики, оскільки головний член словосполучення виступає в прямому значенні. Ця структурна модель характерна для позначень суб'єктів державного сектора та великих підприємств, не орієнтованих на кінцевого споживача, відомих у маркетингу як B2B. Ускладненішою є семантична структура утворених у цей спосіб підприємств харчової промисловості, оскільки, як ми вже зазначали раніше, місце розташування сільгоспвиробників є істотним компонентом їхньої нормативної оцінки, тобто відтопонімні ергоніми на позначення сільгоспвиробників виступають також як засіб мовного впливу: *Вознесенський сирзавод, Григорівська агрофірма*.

Відтопонімні прикметники виступають у двочленних словосполученнях у тому разі, коли 1) головний член є складноскороченим словом, яке окреслює тип підприємства або організації: *Білопільський сирзавод, Глухівський агролісгосп, Дніпропетровська біофабрика*; 2) головний член словосполучення позначає не тип підприємства, а його продукт: «*Білоруські меблі», «Галицька нерухомість», «Донецькі вікна»,*

«Коростенський фарфор», «Краснолуцькі ковбаси», «Сватівська олія». У другому типі спостерігаємо метонімічне перенесення назви продукту на назву підприємства, в основі чого лежить загальномовна тенденція до економії зусиль – позначення підприємства через меншу кількість мовних знаків. Крім того, у прагматичному плані вони є більш націленими на кінцевого споживача, оскільки повідомляють релевантну для нього інформацію про продукцію. Очевидно, що для адресата істотними є відомості про продукт та місцезнаходження компанії, а не про особу підприємця. Фактично в метонімічних ергонімах відображена лише рематична інформація.

У деяких випадках констатуємо використання історичних топонімів, що, вірогідно, виражає націленість на продовження старих традицій, що є істотним для іміджу компаній: *готель «Єкатеринославський», транспортна компанія «Єлисаветградська»,* «*Нова Хортиця» (*Запоріжжя*), санаторій «Великий Луг»* (Запоріжжя), *Акціонерний банк «Київська Русь», «Нова Січ»* (Горлівка). Культурно-історичний компонент присутній також у перифрастичних позначеннях Києва: *Виробничо-дистриб'юторська компанія «Княжий град», «Стольний град»*.

Прикметники, утворені від топонімів на позначення розташованих за кордоном України географічних об'єктів, як правило, вказують на місце походження продукції: «*Польський торговий дім», «Уральські заводи»*. Широко поширеним в ергонімії є використання відхоронімного прикметника *європейський*, який є інформативним лише в поодиноких випадках, коли ідеться про міжнародні організації. Здебільшого він має семантику нормативної оцінки, позначаючи бажаний рівень послуг або продукції: *«Європейська аудиторська група», «Європейський страховий альянс»*. Аксіологічна, а не просторова семантика лежить в основі інших неукраїнських відтопонімних прикметників, як, наприклад, у позначенні оздоровчого комплексу *«Французький городок»*.

Близькими за семантикою до відтопонімних прикметників є позначення сторін світу, хоча при цьому змінюється характер референції, адже власні назви є чітко визначеними географічними точками, натомість прикметники просторової семантики набувають чіткої географічної віднесеності, фактично перетворюючись у хороніми, лише в контексті певного державного або територіального утворення: «*Західноукраїнське страхове агентство», «Південноукраїнська гідрогеологічна експедиція», «Правобережна товарна біржа», «Східноукраїнська промислова компанія»*. Відносність локативної семантики розглянутих прикметників можна проілюструвати на прикладі ергоніма «*Південний міст»,* де конкретна географічна прив'язка відбувається не стосовно України в цілому, а лише м. Києва.

Має свою специфіку також використання в ергонімії прикметника *український*, який виступає радше маркером національної ідентичності, а не лише географічним позначенням широкої території діяльності підприємства або організації: *Українська авіаційна лізингова компанія, Українська авіаційна транспортна агенція, Український центр менеджменту землі та ресурсів*. У нечисленних випадках топонім виступає головним членом речення: «*Ділова Україна»*.

Топоніми в складі атрибутивних словосполучень із зв'язком керування мають декілька структурних різновидів, найпоширенішим із яких є постановка топоніма в родовий відмінок, головний член словосполучення при цьому здебільшого є

позначенням предмета діяльності або типу організації. У моделі засвідчено використання декількох топонімічних розрядів. 1. Хоронім *Україна*: «*Газ України», «Газони України», Асоціація міжнародних автомобільних перевізників України*. Цей хоронім одночасно позначає територію діяльності та є виявом національної належності суб'єкта. 2. Хороніми, які позначають іншу країну, що є типовим для назв дипломатичних установ, а також великих підприємств: *Почесне консульство Беніну, «Нафтопродукти Росії»*. У таких хоронімах переважає інформативна функція, хоча в другому прикладі також має місце апеляція до знань про конкурентні переваги певних територій. 3. Хороніми на позначення українських регіонів: «*Насіння Чернігівщини»», «Нафтохімік Прикарпаття»*. 4. Ойконіми, які конкретніше окреслюють місце діяльності підприємства: *Федерація йоги м. Києва, «Готелі Трускавця»*. Крім безприйменникового родового відмінка, в українському ергономіконі зустрічаються також поодинокі приклади із прийменниковим означенням: «*Насіння з Голландії*». У семантичному плані три останні групи є близькими – їхній персуазивний потенціал значною мірою залежить від стереотипних уявлень про певні території. У цьому структурному типі спостерігаємо також варіанти із нетиповою для групи семантикою. Зокрема, ергонім «*Схід України»*» (сільськогосподарська продукція) позначає виключно місце діяльності, будучи малоінформативним.

Іншою типовою граматичною формою для вираження місця діяльності є місцевий відмінок. У багаточленних ергонімах ця форма конкретизує розташування державних установ: *Управління Державного казначейства України в м. Києві*. Ергоніми, які позначають приватні підприємства, здебільшого містять мікротопоніми, що показує націленість таких власних назв на місцевого споживача: *Стоматологічна клініка* «*Дантист на Подолі», «Квадрат на Лук'янівці»*.

Семантичні відношення в композитах є подібними до тих, що ми виявили у словосполученнях. Головний член у більшості випадків позначає продукт діяльності підприємства, а атрибутивний відтопонімний компонент натомість позначає місце розташування підприємства, а саме місто або селище (ойконім), регіон (хоронім), водний об'єкт (гідронім). Ергоніми, які містять українські топоніми, виконують, насамперед, інформативну функцію. Констатуємо існування юкстапозитів з написанням як разом, так і через дефіс або окремо, залишаючи осторонь теоретичну дискусію про граматичний статус таких одиниць: «*Бершадьмолоко», «Поділля-Запчастини», «Сіваш-Трейд», «Сумифірмаодяг», «Чернігівкартопля», «Дніпропетровськхліб», «Донбаспродукт», «Харків онлайн», «Київ Трансферт»,«Азов-вояж»*. Слід відзначити, що подібні номінації підприємств з написанням разом були характерними ще в часи Радянського Союзу [2]. На сучасному етапі, з одного боку, спостерігаємо зміни способів їх графічного оформлення у бік написання через дефіс або окремо, що, очевидно, полегшує сприйняття таких назв. З другого боку, констатуємо появу іншомовних компонентів, які виконують як інформативну, так і персуазивну функцію. У групі складноскорочених слів зустрічаємо також різні форми написання як через дефіс, так і разом: «*Бровари-Пластмас», «Волиньголовпостач», «Запоріжвогнетрив», «Полтавбудпостач»*. Другий компонент композита в ряді випадків не є інформативним. Наприклад, аксіологічний характер семантики притаманний ергоніму

«*Азов-ексклюзив»*. Значний асоціативний потенціал мають назви, які містять історичні оніми: «*Мотор-Січ»*. Опосередковано просторової семантики набуває також історичний антропонім на позначення засновника Києва – *Кия*: «*Кий град», «Кийархбуд», «Кийбуд», «Кий-сервіс»*.

Крім власне топонімів, складні слова містять також інші компоненти локативної семантики, зокрема позначення сторін світу: «*Південьшляхбуд», «Північ-Буд», «Північукргеологія», «Східмаштранс», «Східцемпром», «Югмаштехнологія», «Юг-стекло», «Агро-Захід», «Південгідроспецбуд», «Южстрой»*. Такі назви відображають членування України на субрегіони і, як правило, виконують інформативну функцію.

Крім того, ойконіми та хороніми у складі ергонімів виступають як елемент уточнення місцезнаходження конкретного підрозділу великих компаній, у т.ч. міжнародних: «*Ліаг Донбас»* (дочка німецької фірми *«Linkund Agel Technik Transfer GMBH»)*, «*Далмекс-Дніпро»* (підприємство групи компаній, які працюють на території СНД). Конкретизація місця діяльності великих українських компаній відбувається за допомогою ойконімів або хоронімів, що, припускаємо, залежить від обсягів бізнесу в певному регіоні. Наприклад, окремі юридичні структури компанії *«Авіста Груп»* позначаються за територіальною ознакою таким чином: «*Авіста-Вінниця», «Авіста-Дніпро», «Авіста-Донецьк», «Авіста-Житомир», «Авіста-Запоріжжя», «Авіста-Захід», «Авіста-Івано-Франківськ», «Авіста-Кіровоград», «Авіста-Кривий Ріг», «Авіста-Крим», «Авіста-Луганськ», «Авіста-Луцьк», «Авіста-Львів», «Авіста-Миколаїв»*. Постановка топонімічного компонента на другу позицію в такому композиті, очевидно, є відображенням підпорядкованого статусу підприємства по відношенню до материнської компанії.

Використання в композитах хоронімо *Україна* пов'язане з необхідністю уточнення сфери діяльності міжнародних компаній: *«Еспак-Україна»* (спільна українсько-естонська компанія), *«СМТ-Україна»* (афілійована з компанією *«СМТ-Росія»*), *«Бюро Верітас Україна»*, або ж цей елемент є відображенням намірів адресанта працювати на загальнонаціональному рівні, а не лише локально: «*Архетон-Україна»*. Розгляданий хоронім виступає в композитах також у скороченій формі: «*Укрзалізничпостач», «Укршпон», «Укравтоваз»*.

Складнішим є питання про семантичні зв'язки іншомовних топонімів. У разі туристичних компаній вони позначають місце діяльності: «*БразілТревел»,«Балтік Тур», «Росія Авіатур»*. В інших випадках вони використовуються в позначеннях компаній, які в певний спосіб пов'язані із закордонними суб'єктами діяльності: «*Прага-Реєстр», «Італгаз», «Італкераміка», «Балтік-Пак», «Балт-Імпекс», «Росекспорт», «Роспосуд», «Росрибпром», «Байкал-Трейд»*, «*Балкан-Україна»*. Вибір конкретних топооснов, очевидно, відображає основні торговельні зв'язки України. Цікаво відзначити існування вторинної мотивації, коли ергонім утворений не від топоніма, а від іншої співзвучної комерційної назви. Зокрема, найменування фірми з продажу пива «*Балтика-Україна»* мотивований не топонімом, а назвою російського бренду пива. Ще складнішою є мотивація назви «*Балтімор-Дніпро»* (бакалійні товари), в основі якої лежить омонімічний американському ойконіму російський бренд, який було утворено від скорочення «Балтійське море». Компонент *євро* виконує в складі

ергонімів ті самі функції, що і прикметник *європейський*, другий елемент складного слова при цьому окреслює предмет діяльності підприємства: «*Євро Трейд», «Європоліс», «Європростір», «Євроаудит», «Євробізнес», «Автоєвро».*

Найточніше визначають місце розташування підприємства мікротопоніми. Їхню незначну присутність в ергонімії пояснюємо тим, що на локальному рівні конкретні підприємства є відомими і без індивідуалізованої назви. Поза межами певного територіального утворення вони маловідомі: *«Зарічне споживтовариство», «Зарічний продторг»* (від назви району в Сумах), *«Лівобережна юридична група»* (від назви частини Києва)*, СПК «Прилиманський»* (Приазовський район), *«Луганський беріг»* (Луганськ). В останньому прикладі прикметник є похідним одночасно від гідроніма та ойконіма. У назві підприємства *«Севастопольський маяк»* має місце також кореляція мікротопоніма з предметом діяльності: електротовари та освітлювальні прилади. Мікротопонімну мотиваційну ознаку спостерігаємо у виборі ергоніма «*Берег-Д»* для підприємства, яке розташоване неподалік від берега Дніпра у Києві (вулиця Здолбунівська) чи в назві *Суднобудівний завод «Залив»* (Керч).

Семантика ергонімів, утворених шляхом трансонімізації топонімів, має переважно локативний характер, що, очевидно, пов'язане із роллю географічного чинника в діяльності компанії, як, наприклад, у назвах підприємств, для яких якість довкілля є істотною: *відпочинковий комплекс «Карпати», меблеве підприємство «Карпати», Державна дослідно-експериментальна агрофірма «Асканія Нова»*. Певну специфіку має також використання хоронімо *Україна*, який виступає не лише географічним позначенням, але й маркером національної ідентичності: *Агентство «Україна», Виробничо-торговельне товариство «Україна»*.

Окремо слід виділити використання історичних хоронімів, які водночас вказують на місце розташування підприємства та виражають систему ідеологічних цінностей номінатора. Ідеться, передусім, про використання в ергонімії такого знакового українського топоніма, як *Січ*: *Всеукраїнське державне багатопрофільне видавництво «Січ»* (Дніпропетровськ), *технічно-торговий центр «Січ»* (Запоріжжя). Причому цей топонім далеко не в усіх випадках є інформативним щодо розташування підприємства. Так, в однойменних ергонімах, які позначають підприємства, розташовані в Києві, Вінниці, Кіровоградській області та Тернополі, він виконує ідеологічну функцію. Історичний хоронім *Скіфія* є інформативним щодо місця розташування в разі підприємств, розташованих у Сімферополі та Херсоні. Дуже популярною в ергономіконі є історична назва Криму та прилеглих територій Таврійської губернії в різних морфологічних і фонетичних варіантах (22 ергоніми): *Таврида, Тавріда, Таврі-ка, Таврія*. Особливо поширена ця назва серед оздоровчих закладів: *база відпочинку «Таврида»* (Алушта), *база відпочинку «Таврида»* (Кутове, Бахчисарайський район), *дитячий і підлітковий санаторій «Таврида»* (Євпаторія), *санаторій «Таврія»* (Євпаторія). Ним також позначаються сільськогосподарські підприємства: *агропромислова фірма «Таврія»* (Нова Каховка), *«Таврія»* (Новоданилівка, Якимівський район). Не в інформативному, а в символічному значенні використовується цей топонім у таких назвах: *акціонерний банк «Таврика»* та його відділення, *авіакомпанія «Таврія»* (Одеса), *«Таврія»* (Київ).

Крім хоронімів, трансонімізації зазнають також інші топонімічні розряди. 1) Ороніми позначають місце розташування таких підприємств: *Закарпатська обласна кредитна спілка «Бескид», санаторій «Святі гори»* (Слов'яногірськ). Назва *«Бескід»* у разі підприємств, розташованих у Херсоні та Дніпропетровську, відіграє персуазивну, а не інформативну функцію. 2) Гідроніми виступають позначеннями місця діяльності в цілому ряді випадків: *Полтавська фірма «Ворскла»; готельний комплекс «Дніпро»* (Черкаси); *компанія «Дніпро»* (Херсон); *Тернопільський видавничо-поліграфічний комбінат «Збруч».* Історичні позначення Дніпра, *Борисфен і Славутич*, мають дуже широку територіальну референцію щодо всього басейну цієї річки і навіть поза його межами. У нашому корпусі засвідчено 8 випадків ергонімів *Борисфен*, які позначають компанії, розташовані в Комсомольську, Донецьку, Києві, Хмельницькому, а також 18 випадків використання назви *Славутич* стосовно підприємств різного профілю в Києві, Кременчуку, Генічеську, Каховці, Комсомольську, Алушті, Дніпропетровську, Херсоні, Нікополі, Черкасах. Тому навряд чи локативний компонент є вирішальним у виборі їх як мотиватора назви, особливо коли йдеться про компанії, не розташовані безпосередньо в дніпровських містах. Швидше має місце активізація символічних значень цих топонімів, тобто реалізується поетична та ідеологічна функція імені. 3) Ойконіми, подібно до інших топонімів, також позначають місце розташування компанії: *РБУ «Галич»* (Львів). Спостерігаємо також деякі інші історичні топоніми в інформативній функції: *готель «Лучеськ»*, *«Січеслав»* (Дніпропетровськ); а також в експресивній функції: *«Кафа»* (Київ); *агрофірма «Ольвія»* (Запорізька обл.), *ПП «Ольвія»* (Кіровоград). 4) Катойконіми виступають, передусім, в інформативній функції. За нашими даними, вони не позначають підприємств поза межами регіону: *комплекс «Галичанка»*; *Торговельно-заготівельна фірма «Дніпровець»*, *швейна фабрика «Лучанка»; Фабрика швейно-художніх виробів «Прилучанка»*, *торгівельний будинок «Слобожанка»*. У нашому корпусі наявний також історичний катойконім: *Спеціалізована акціонерна страхова компанія «Скіф»* (Київ), *«Скіфи»*(Херсон).

Апелятиви із просторовим значенням сторін світу також онімізуються, перетворюючись на позначення підприємств, де локативна семантика є вказівкою на місце діяльності суб'єкта: *об'єднання «Юг», селянське (фермерське) господарство «Юг», «Восток»* (Харків), *«Восток»* (Суми), *універсальна біржа «Південь»* (Миколаїв), *«Захід»* (Тернопіль). Такі самі функції виконують утворені від них прикметники: *«Південна-Холдинг»* (Крим), *санаторій «Південний»* (Форос).

Трансонімізуються також топоніми, які позначають географічні об'єкти поза межами України. У деяких прикладах ідеться про інформативну стратегію номінації, коли топонім є дотичним до сфери діяльності компанії, як, наприклад, у ергонімах: *Рибопромислова компанія «Антарктика», «Арктика»* (вентиляційне устаткування), *«Арктік»* (морозиво), *«Балтика»* (риба та морепродукти), *агенція подорожей «Пальміра», «Наполі»* (туристичні послуги), *«С.О.В. Гавань»* (риба та морепродукти), *морське агентство «Гольфстрім»*, *«Гольфстрім»* (теплопостачання та опалення).

Використання назв екзотичних країн та територій пов'язане, очевидно, з ореолом таємничості навколо них та значної віддаленості від адресанта: *«Арктика-ЛК», «Канзас», готель «Левант», «Манхеттен», «Саксонія», Західний центр насіння*

«Родос». Істотним є те, що такі екзотичні географічні назви можуть також обігруватися на інтернет-сайтах. Наприклад, на логотипі центру меблів та інтер'єру *«Аракс»* спостерігаємо стилістичне зображення аркади, що спонукає реінтерпретувати гідронім як паронімічний до апелятива *арка*. Також звертає на себе увагу використання ідеологічних символів, пов'язаних із впливом російської, та, ширше, радянської культури, що констатуємо в таких навах: *«Байконур»*, *птахофабрика «Росія», ювелірний дім «Росія», «Євразія», «Євразія-С»*. Окремо виділимо використання в ергонімії перифрастичного позначення назви міста *«Третій Рим»*, де культурні смисли проступають ще виразніше. Протилежний ідеологічний вектор системи цінностей номінатора відображений в ергонімах: *«Європа», готель «Європа»*. Параметрична оцінка має місце в разі використання ороніма на позначення найбільшої вершини світу: *магазин «Еверест», товарна біржа «Еверест», «Еверест-Л», «Еверест-М.С»*.

Окремо ми би хотіли зупинитися на групі апелятивної лексики з локативною семантикою, яка окреслює місце розташування оздоровчих закладів або фірм, дотичних до туристичної сфери: *«Голубая лагуна», дитячий табір «Прибрежный», туристсько-оздоровчий спортивний комплекс «Приморье», дитячий оздоровчий табір «Приморський»*. Такі номінації є не лише інформативними, але і персуазивними, оскільки дескриптивні прикметники набувають значення утилітарної оцінки, яка є істотним компонентом при виборі відповідної послуги. Іншою семантичною моделлю утворення назв готелів і рекреаційних закладів є використання трансонімізованих топонімів, в основі чого, очевидно, лежить їхній асоціативний потенціал, пов'язаний з мандрами: *санаторій «Білорусія», готель «Брістоль», готель «Венеція», пансіонат «Волга», готель «Москва», дитячий спеціалізований санаторій «Москва», дитячий оздоровчий табір-пансіонат «Росія», курортно-оздоровчий комплекс «Росія»*.

Отже, проведений аналіз засвідчив, що топоніми та відтопонімні прикметники виступають істотним мотиватором в ергонімії, що зумовлене необхідністю відображення в назві такого істотного компонента діяльності підприємства або організації, як їхнє розташування. Такі елементи зустрічаються в усіх структурних типах ергонімів: словосполученнях, композитах та трансонімізованих топонімах. У деяких випадках позначення географічної локалізації супроводжується актуалізацією культурних смислів, пов'язаних із певними територіями. Близькою за семантикою до топонімів є група апелятивів на позначення сторін світу та типів географічних об'єктів, які також використовуються в цілій низці ергонімів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Белей О.О.* Сучасна українська ергонімів: власні назви підприємств Закарпаття / О.О. Белей. – Ужгород, 1999. – 111 с. 2. *Букчина Б.З.* Об образованиях типа Грузия-фильм, Тула-уголь и подобное/ Б.З.Букчина // Ономастика и грамматика. – М.: Наука, 1981. – С. 41-54. 3. *Подольская Н.В.*Словарьрусскойономастическойтерминологии / Н.В. Подольская. // – М.: Наука, 1988. – 192 с. 4. *Соколова Л.Н.* Типи мотивованості ергонімів (на матеріалі ергонімів м. Києва) / Л.Н. Соколова // Мовознавство. – 1993. – № 6. – С. 65-69. 5. *Цілина М.М.* Особливості словотвору відтопонімних ергонімів м. Києва / М.М. Цілина // Мова та історія: Періодичний збірник наукових праць. – Київ, 2006. – Випуск 89. – С. 41-48. 6. *Шестакова С.О.* Лексико-семантичні інновації в

системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів) : автореф. дис… канд. філ. наук: 10.02.01 / С.О. Шестакова. – Харків, 2002. – 20 с.

Зимовец Г.В., к. филол. н.,
Институт языковедения имени А.А. Потебни НАН Украины, Киев

ЗНАЧЕНИЕ ЛОКАТИВНОГО КОМПОНЕНТА В ЭРГОНИМИИ

В статье рассматривается локативный компонент семантики эргонимов, являющийся одним из основных мотиваторов данного лексического разряда. Автор анализирует основные способы образования эргонимов с данным компонентом (лексико-синтаксический, словосложение, трансонимизацию и онимизацию), выделяя типичные для них мотивационные признаки. Кроме того, устанавливается связь между семантикой эргонимов и их функциями.

Ключевые слова*: семантика, мотивация, эргоним, топоним, аксиология.*

Zymovets G.V., PhD.
O.O. Potebnya Institute of Linguistics of National Academy of Sciences of Ukraine

BUSINESS NAMES WITH LOCATIVE SEMANTICS

The article deals with a locative constituent of business names semantics, which represents one of the main patterns of motivation in the lexical group under consideration. The author analyses the main word formation types of business names with locative components, e.g. lexicalization of word groups, compound words, semantic shifts from other proper and common names, with specification of their typical motivation patterns. Moreover, the article focuses on connection between business names semantics and their functions.

Keywords*: semantics, motivation, business name, geographic name, evaluation.*

УДК 811.111’42:32

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

БІНАРНА ОПОЗИЦІЯ «СВІЙ – ЧУЖИЙ» У ДИСКРЕДИТИВНІЙ СТРАТЕГІЇ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

У статті проаналізовано мовну реалізацію стратегії дискредитації політичних опонентів через маніпулятивний потенціал бінарної опозиції «свій – чужий» на прикладі медіатекстів українських передвиборних кампаній за 2014 рік. У дослідженні розглядаються особливості функціонування найпоширеніших комунікативних тактик і прийомів здійснення дискредитації: тактики критики суперника, тактики звинувачення і тактики навішування негативних ярликів.

Ключові слова*: політичний текст, маніпулятивні стратегії, тактики, дискредитація, бінарна опозиція.*

Широка репрезентативність опозиції «свій – чужий» зумовлена її фундаментальною здатністю до відображення онтологічної бінарності світобудови. У політичному

дискурсі, де постійно йде боротьба за отримання влади, де учасників комунікації ділять на «своїх» і «чужих», мовна поведінка зазвичай підпорядковується певній стратегії, сенс якої зводиться або до вихваляння, або до розвінчування ідей, поглядів і вчинків політичних діячів. Якщо у першому випадку акцентуються сприятливі перспективи приходу до влади «своїх» кандидатів, у другому – негативні наслідки розподілу влади між «чужими» [7]. Це одна з найважливіших, особливо для опозиційних політичних сил, стратегій – дискредитивна. Її широке представлення у політичній комунікації актуалізує потребу в більш детальному науковому осмисленні, зосередженні уваги на мовній категоризації опозицій, на комунікативних тактиках і прийомах, що реалізують цю стратегію у власне політичному дискурсі. Останнє питання частково висвітлено у працях таких дослідників, як Ісерс О.С. Михальова О.Л., Кішина О.В., Паршина О.Н., Руженцева Н.Б., Філінський А.А. та ін.

Метою статті є розкриття мовної реалізації стратегії дискредитації через маніпулятивний потенціал бінарної опозиції «свій – чужий» на прикладі медіатекстів передвиборних кампаній за 2014 рік таких політичних організацій, як Блок Петра Порошенка, «Батьківщина», «Опозиційний блок», Радикальна партія, «Свобода», «Сильна Україна».

Дискредитивну стратегію ще називають стратегією «на зниження» [1, с. 160-162], оскільки комунікативна сутність дискредитації полягає в зниженні довіри до кого-або чого-небудь, применшенні його авторитету, при цьому важливим для ведення успішної політичної боротьби є не просто традиційне нівелювання опонентів, а й підвищення у той же час свого авторитету в політичній комунікації.

Зважаючи на те, що особливістю навіювання є створення у масової аудиторії ілюзії самостійності вибору оцінки подій, політтехнологам необхідно ідентифікувати електорат зі «своїм» політичним діячем, маркуючи його позитивно, а «чужого» – негативно. За рахунок цього відбувається некритичне сприйняття цілей і цінностей, формування відчуття «ми». Репрезентують у мові протиставлення «свої» – «чужі» займенникові іменники та прикметники (ми, наш – вони, їхній). Наприклад, у виборчому бюлетені кандидата в депутати до Київської міської ради О. Лойфенфельда напис «Я – **ваш сусід**» успішно актуалізує процес ідентифікації політика з групою виборців. Або: «*Гуртуймося! Адже* ***ми – єдина родина****, в нас – єдина мета. Замість бандитів і олігархів, владу – народу!*» [ОБ –1], «*…****ми*** *будемо боротись за нашу святу землю, за справжній мир.* ***Ми*** *більше нікому не дамо відібрати його.* ***Вони*** *хочуть, щоб ми програли, але Україна переможе!*» [Ба], *«У* ***них*** *гроші і влада, у* ***нас*** *– чесність і гідність»* [Сво], *«Выберем мэра* ***мы*** *или город захватят* ***они****»* [ОБ].

За допомогою бінарної опозиції «свій» – «чужий» знайшла яскраве вираження у дискредитивній стратегії **тактика критики суперника**. Викриття кожної партії-конкурента у політичних текстах відбувається або експліцитно (через прямі комунікативні тактики), або імпліцитно (через непрямі тактики) та завдяки свідомо заданій оцінці сприйняття [5, с. 21-25]. Ідентична бінарна позиція для самозахисту використовується в телевізійній рекламі «Опозиційного блоку»: «*Чому* ***ця влада*** *навмисне приховує правду про свою таємну угоду з МВФ? Бо* ***вони*** *вже погодились із змінами, що приведуть до скорочення тисячі робочих місць у промислових регіонах України.*

Але ***вони*** *скажуть це* ***нам*** *тільки після виборів. Щоб сплатити за їхні кредити МВФ,* ***вони*** *піднімуть* ***наші*** *комунальні тарифи і заморозять пенсії. Тільки «Опозиційний блок» захистить* ***нас*** *у наступній Раді від* ***цієї*** *влади*» [ОБ].

Для дієвої дискредитації політичних суперників **тактика звинувачення** [1, с. 160] знаходить вираження у протиставленні «влада» – «опозиція» навколо принципу чесності, професійності, порядності й прослідковується, наприклад, у таких рекламних текстах: «*… Нас провокують на розбрат. Довкола* ***корупція, хижий клан.*** *Ми не маємо зараз права думати про власні амбіції. Я і партія «Удар» закликаємо голосувати за Петра Порошенка як за єдиного кандидата від* ***демократичних сил*** *в президенти України* [БПП], «*… Ми страждаємо від втрачених робочих місць і війни, бо* ***влада ставить свою політику вище інтересів людей.*** *Саме тому ми сформували «Опозиційний блок*» [ОБ]*;* «***Власть ведет страну к катастрофе.*** *Силовое противостояние только усиливается. Стране* ***нужен законно избранный президент****…*» [СУ]. Дискредитація через тактику звинувачення показує негативний бік опонентів за допомогою використання емоційно зниженої лексики. Так, на позначення схильності політичних сил до недемократичних антинародних методів управління спостерігаємо частотне іронічне вживання лексем *«демократи», «міністри» «парламентарі», «можновладці», «вожді»* в супроводі емоційно негативних епітетів: «***товстопузі*** *можновладці*», «***товстопузі*** *демократи*», «***голі й босі*** *парламентарі*» [РП], «***плохие, фальшивые*** *министры*» [ОБ–1]. Крім того, для опису влади застосовують перифрази, підкреслюючи характерні риси політичних суперників: «***сімейно-олігархічний*** *клан «По-новому»* (про партію П. Порошенка), «***бізнес-клан*** *Кличка*» (про Артура Палатного і Валерія Іщенко), «***одіозні*** *регіонали*» (про Олексія Гончаренка, Сергія Трегубенка, Сергія Ківалова), «***Любі друзі» Президентів Ющенка-Януковича***» (про Давида Жванію, Олександра Третьякова), «***команда Черновецького***» (про Олеся Довгого, Сергія Бевзенка) [Ба–2, с. 5], «***партия войны***», «***фальшивые*** «***голуби мира***» [ОБ–1].

Ще одним мовним способом вираження оцінки «чужих» та «своїх» є **тактика навішування негативних ярликів** або **«етикетна» тактика**, головним завданням якої є створення у реципієнтів неприємних асоціацій, уявлень про ту чи іншу політичну силу [5, с. 175-177]. Тактика реалізується у виборі лексики з негативною конотацією для позначення певного явища та категоричності, що свідчить про стовідсоткову впевненість автора у своїй правоті. Цю тактику було використано в сучасному політичному дискурсі для формування негативного образу влади через уживання таких лексем з пейоративним значенням, як ***війна, хаос***: «*Нынешняя власть – это* ***война, разруха, холод, воровство****…*», «*Единственная альтернатива* ***хаосу и разрухе***» [ОБ–1]; ***банда, бандити***: «*Якщо ця* ***банда*** *сфальсифікує вибори, ми винесем їх на оцих українських вилах*», «*Замість* ***бандитів*** *і олігархів, владу – народу!*» [РП]; ***олігархія***: «***Олігархія*** *винищує український народ…*» [РП]; ***диктатура***: «*Ця команда народилася в страшні роки битви з* ***диктатурою****, гартувалася у вирі революції Гідності…!*» [РП]; ***«приспособленцы»***: «*Нам не нужны* ***приспособленцы****. Они приходят на нашу территорию, обманывают наших избирателей, а потом предают наши интересы…*» [ОБ– 1]; ***глитаї***: «*Що таке олігархія? Це коли десять* ***глитаїв*** *з'їдають 80% доходів держави, коли з країни за 10 років вивозять 2 річних бюджети…*» [Св];

шахраї: *«Геть шкідників із поля. Геть* ***шахраїв*** *з влади…»* [РП]; ***паразити***: «*Вони нас гривнею, а ми цих* ***паразитів*** *– вилами!»* [РП].

Бінарна опозиція «свій – чужий» актуалізує часове зіставлення: теперішній час зіставляється з минулим досвідом політичного противника або навпаки. Наприклад, гасло Блоку Петра Порошенка «*Жити по-**новому***» означає політичну установку партії, а лексема «новий» має певний ступінь емоційної зарядженості й оцінної поляризації, що сприяє розмежуванню груп «свої / чужі» : нові / старі. Такою поляризацією скористалася партія «Батьківщина», що на основі контрасту спробувала викрити «сімейно-олігархічний клан «по-новому», маркуючи гасло та нівелюючи значення «новий»: «*Вибори: **«по-новому»** – за старе… Дружини, діти, куми, брати, бізнес-партнери та колишні регіонали – це ті майбутні депутати від пропрезидентської партії, які скоро будуть **«жити по-новому»** за старими звичками… Ці **«вибори по-новому»** коштуватимуть народу України 980 млн грн.!!!»* [Ба – 2].

Антитеза з метою створення контрастної характеристики «свого» кола та «чужого» широко застосовується політтехнологами «Опозиційного блоку» у телевізійних роликах через візуальне протиставлення закадрового голосу, динамічність забезпечується великими написами, що суперечать думці, висловленій за кадром: «*Чи розкрита правда про таємну угоду з МВФ? (Чому **влада** приховує правду? Таємна угода вже укладена)…Але **вони скажуть** це вам (**Вони не кажуть** нам правду) тільки після виборів…*» [ОБ].

Таким чином, бінарна опозиція «свій – чужий» у передвиборному дискурсі вирізняється динамічністю та різноманітністю у мовному представленні суб'єктів політичної реальності. Як показує аналіз, найбільший маніпулятивний потенціал створена смислова амбівалентність має в інформаційно-аналітичних текстах.

Транслюючи через певний мовний та позамовний ряд авторський погляд на «своїх» та «чужих», українські політичні партії вдаються до дискредитації опонентів або протягом всієї передвиборної агітації («Опозиційний блок», «Свобода», Радикальна партія), або окремими «вкрапленнями» у певних рекламних жанрах (Блок Петра Порошенка, «Батьківщина», «Сильна Україна»). Найпоширенішою тактикою серед опозиції є звинувачення минулої влади у нехтуванні законом, для вираження якого використовують і загальновживану лексику (*олігархія, диктатура, «приспособленцы»*), і жаргонізми, розмовно-просторічні елементи (*держиморди, банда грабіжників, паразити*), що сприяють формуванню потрібної думки та оцінки адресата.

Дискредитивна стратегія не лише не втрачає своєї актуальності, а й з розвитком медіатизації суспільства, безперервним зростанням кількості політичних партій стає однією з найпопулярніших стратегій боротьби за владу у сучасному політичному дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. Иссерс. – М. : УРСС, 2002. – 284 с. 2. *Михалева О.Л.* Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия / О. Михалева. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 256 с. 3. *Паршина О.Н.* Российская политическая речь: теория и практика / О. Паршина. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 232 с. 4. *Подшивайлова А.М.* Речевые средства манипулятивного воздействия в политическом дискурсе (на материале

печатных русскоязычных СМИ Украины) : Дисс. канд. фил. наук / Анна Подшивайлова. – Киев : ИПЦ «Киевский университет», 2009. – 232 с. 5. *Руженцева Н.Б.* Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: Монография / Н. Руженцева. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2004. – 294 с. 6. *Филинский А.А.* Стратегии манипуляции в политическом дискурсе // Языковые подсистемы: стабильность и динамика. – Тверь : Изд-во ТГЗС, 2002. – С. 171-178. 7. *Хабекирова З.С.* Стратегия дискредитации и приемы ее реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2011.3/1358/khabekirova2011_3.pdf.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Ба (Батьківщина) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=hIxuhqHtxow. 2. Ба – 2 (Батьківщина – 2) Газета «Київ – серце України», відп. Бондаренко В.Д. – К. : ФОП Куриленко Д.В., 16.10.2014. 3. БПП (Блок Петра Порошенка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=bkt4P69j6WI. 4. ОБ (Опозиційний блок) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=FgZKpA9-0Ec. 5. ОБ – 1 (Опозиційний блок – 1) Листівка : Політична сила «Оппозиционный блок», замовлення № 24563. Відп. Петренко В.Л. – К. : ВАТ «Прометей», 05.10.2014. 6. РП (Радикальна партія) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=s6Cl0g3gap0. 7. Св (Свобода) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=FgZKpA9-0Ec. 8. СУ (Сильна Україна) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=FgZKpA9-0Ec.

Ищенко Т.В., студ.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

БИНАРНАЯ ОППОЗИЦИЯ «СВОЙ – ЧУЖОЙ» В ДИСКРЕДИТИРУЮЩЕЙ СТРАТЕГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В статье проанализирована языковая реализация стратегии дискредитации политических оппонентов через манипулятивный потенциал бинарной оппозиции «свой - чужой» на примере медиатекстов украинских предвыборных кампаний за 2014 год. В исследовании рассматриваются особенности функционирования распространенных коммуникативных тактик и приемов осуществления дискредитации, среди которых тактика критики соперника, тактика обвинения и тактика навешивания негативных ярлыков.

Ключевые слова: *политический текст, манипулятивные стратегии, тактики, дискредитация, бинарная оппозиция.*

Ishchenko T.V., Master student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

A BINARY OPPOSITION “OWN – ALIEN” IN THE DISCREDITED STRATEGY OF POLITICAL DISCOURSE

The article deals with language implementation of the discredited strategy through a manipulative potential of binary opposition “own - alien”, based on the Ukrainian political advertising mediatexts, written in 2014. The peculiarities of the most common communicative tactics and techniques of defamation, including tactics concerning critics of opponent, tactics of name calling or labeling and tactics of accusation, are examined.

Keywords: *political texts, manipulative strategies, tactics, discredit, binary opposition.*

УДК 811.512.161’27

Каленська А.С., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОВНА ГРА У ДОСЛІДЖЕННЯХ ТУРЕЦЬКИХ ЛІНГВІСТІВ

У статті здійснено спробу опрацювання наявних теоретичних турецьких джерел про лінгвістичний феномен мовної гри, а також здійснено комплексний аналіз застосованих підходів до трактування цього лінгвістичного явища разом із оцінкою стану розробки його теорії.

Ключові слова: *мовна гра, історія лінгвістики, лінгвофілософський підхід, експресивні засоби мовлення.*

Уперше термін «мовна гра» виникає як одне з основних понять категорійного апарату аналітичної філософії і головним чином пов’язується з лінгвофілософськими вченнями відомого австрійського філософа Людвіга Вітгенштайна. Саме завдяки науковим позиціям, викладеним у виданій у 1953 році після смерті автора праці «Філософські дослідження», сучасна лінгвістика отримала нові напрями дослідження, розгляд яких залишається актуальним.

Теорія мовної гри вийшла за рамки об’єкта дослідження філософії мови та завдяки працям сучасних мовознавців, таких як Л.П. Амірі, Т.О. Грідіна, О.А. Земська, М.В. Китайгородська, С.Ж. Нухов, Н.Н. Розанова, В.З. Санніков, О.П. Сковородніков, С.І. Сметаніна А.В. Усолкіна, була органічно імлементована у поле наукового інтересу вітчизняних та зарубіжних лінгвістів. Проте на противагу багатоаспектним підходам, які були застосовані зазначеними вченими, турецькі лінгвісти продовжують розглядати феномен мовної гри в його оригінальному широкому значенні.

Мета статті – проаналізувати та дослідити наявні підходи до розгляду теорії мовної гри в турецькому академічному дискурсі. **Матеріалом** для аналізу слугують турецькомовні наукові джерела.

Відповідником терміна «мовна гра» в роботах учених Туреччини є поняття «dil oyunu». Незважаючи на те, що цей термін виступає об’єктом філософських, лінгвістичних, лінгвофілософських, соціолінгвістичних, культурологічних та інших видів наукових досліджень, турецькими науковцями не було розроблено чіткого розмежування поняття відповідно до конкретного аспекту його розгляду.

Основною проблемою також виступає відсутність фіксації цього поняття в сучасних турецьких лінгвістичних словниках та енциклопедіях. Такий стан розробки можна пояснити положенням про те, що «багатоплановість мовної гри ускладнює формулювання її несуперечливого та вичерпного визначення» [5, с. 551].

Аналізуючи феномен мовної гри у тій чи іншій науковій сфері діяльності, турецькі науковці зазвичай спираються на концепції і користуються термінологією, викладеною у першоджерелах, зокрема «Філософських дослідженнях» Л. Вітгенштайна. Цілком виправдано, що у дослідженнях філософії мови науковці щоразу повертаються до теорії гри. Як підкреслив турецький учений Айхан Дереко: «Розмовляти певною мовою – це завжди виконувати якусь діяльність, що уподібнюється до гри» [8, с. 12] (тут і далі переклад – А. С.).

Аналіз наявних турецькомовних джерел, в яких досліджується теорія мовної гри, свідчить, що в них простежується однотипний принцип розгляду цього явища – застосування лінгвофілософського підходу. Серед великого пласту таких робіт можемо виділити статтю Мустафи Алтуна «Про мовні ігри і теорію...» («Dil Oyunları ve Teorisi Üzerine…»), в якій лінгвіст розмірковує про принципи співвіднесення мови теорії гри: «... Вітгенштайн у загальному розумінні ототожнює мову з грою у шахи, а слова з шаховими фігурами, що пересувають вперед» [7].

Цікавими, на наш погляд, є ті лінгвістичні дослідження, автори яких намагалися вийти за рамки застосування лінгвофілософського підходу. На жаль, кількість таких робіт є дуже малою, проте аналіз цих досліджень дозволить виявити лакуни у теоретичній базі мовної гри як об'єкта лінгвістичних досліджень у Туреччині. Далі детальніше розглянемо декотрі з них.

Так, автор статті «Медіа та мовні ігри: вплив телевізійних серіалів на повсякденну мовну комунікацію» («Medya ve Dil Oyunları: Gündelik Dil Pratiklerinde Televizyon Dizilerinin Etkisi») Айнур Кьосе, посилаючись на вихідну концепцію Вітгенштайна про те, що «значення слова є способом його уживання в мові» [1, с. 110], припускає, що «внаслідок надання словам різних нових значень, відмінних від їхніх словникових значень, у процесі мовних ігор в повсякденному житті можуть виникати нові погляди та форми життя» [10, с. 221]. Очевидно, що це судження виникає з наступного класичного трактування поняття мовної гри: «Термін «мовна гра» тут має підкреслити, що мовлення є частиною діяльності, способу життя» [1, с. 110].

У рамках практичної частини своєї роботи А. Кьосе проводить анкетування, за допомогою якого науковець визначає вплив мовної гри популярних місцевих телевізійних серіалів на повсякденну мовленнєву практику студентів-глядачів.

Таким чином, до обсягу поняття «мовної гри» авторка віднесла штучно створене персональне мовлення (мелодійне, поетичне, ритмічне) персонажів телесеріалів, якому властиве «функціонування у реальному щоденному вжитку та здатність до постійного перетворення» [10, с. 224]. Ця робота розглядає мовну гру в культурологічному та комунікативному аспектах. Культурологічний підхід утілений у дослідженні побутування мовних прийомів кінофольклору в реальному узусі окремих соціальних прошарків населення, а комунікативний – у дослідженні комунікативних функцій, які виконують прийоми мовної гри.

Проте більш важливими, на нашу думку, виявилися результати практичної частини, а саме – опитування, яке показало, що більшість учасників комунікативних актів використовують такі шаблонні мовні вирази для реалізації наступних цілей: для вираження антипатії або досягнення комічного ефекту. Втілення цих цілей у комунікативних стратегіях забезпечує реалізацію творчого характеру нестандартної поведінки мовця та надає більш експресивного забарвлення індивідуальному стилю мовлення. Тут варто зазначити, що поняття «мовна гра» на сучасному етапі лінгвістичних досліджень часто пов'язують із поняттям «комічного» (С.Ж. Нухов, В.З. Санніков, А.В. Усолкіна, І.В. Цикушева).

Наприклад, І.В. Цикушева, розглянувши мовну гру як «певну стратегію експресивізації мовлення», пропонує наступне визначення: «Мовна гра – свідоме та

цілеспрямоване маніпулювання експресивними ресурсами мовлення, обумовлене установкою на реалізацію комічного ефекту» [6, с. 170].

Однак, як зазначає О.П. Сковородніков, який у статті «Языковая игра» проаналізував розмаїття підходів до мовної гри, автори монографії «Русская разговорная речь» (О.А. Земська, М.В. Китайгородська, Н.Н. Розанова), окрім комізму, виділили й інші функції мовної гри, яка може використовуватися:

а) як засіб реалізації емотивної (експресивної) функції мови;

б) як засіб «пом'якшення» мовлення;

в) для більш точної передачі думки, для образної і виразної передачі повідомлення;

г) для імітації людини, чиї слова передає мовець або для наглядного відтворення ситуації мовлення (образотворча функція) [3, с. 799].

Неодностайність серед лінгвістів у виділенні основних функцій та властивостей прийомів мовної гри знову ж таки вказує на складність та полізмістовність досліджуваного лінгвістичного феномену.

Дещо іншу ситуацію спостерігаємо в теорії перекладознавства, створеній турецькими науковцями. Термін «мовні ігри» широко застосовується турецькими перекладознавцями у дослідженнях, які присвячені розгляду проблеми пошуку еквівалента. Зазвичай до елементів мовних ігор вони відносять прислів'я, фразеологічні одиниці, ідіоматичні вирази, метафори, персоніфікацію, порівняння та інші художні тропи, які застосовує автор у канві художнього тексту.

На підтвердження цього положення виступає публікація турецького лінгвіста і перекладознавця Айше Уяник «Перекладацька еквівалентність мовних ігор у перекладі роману Патріка Зюскінда «Запахи» турецькою мовою» («Patrick Süskind'in «Koku» Adlı Romanının Türkçe Çevirisinde Dil Oyunları Eşdeğerliği») [11]. У своїй праці автор застосовує компаративістський метод аналізу для оцінки успішності віднайдення еквівалентів елементів мовної гри у збереженні смислової цілісності оригінального твору при перекладі турецькою мовою.

Хоча у публікації досить ґрунтовно представлений аналіз проблеми перекладу мовних ігор, маємо зауважити, що зарахування до категорії мовних ігор різноманітних художніх тропів, які надають більшої виразності художнім творам, вказує на застосування окресленого раніше широкого підходу до феномену мовної гри. Знову ж таки, як зазначає В.З. Санніков, основним недоліком такого визначення є те, що «вся художня література підпадає під нього, оскільки немає автора, який не прагнув би до більшої мовної виразності» [4, с. 15].

Ототожнення мовної гри з художніми тропами піддає критиці й О.П. Сковородніков: «Поняття мовна гра і стилістичний прийом пересікаються у тому випадку, коли стилістичний прийом використовується в людичній (ігровій) функції – функції створення нестандартного дотепного висловлювання». Окрім того, науковець наполягає на чіткому розмежуванні понять «мовна гра», «гра слів» і «каламбур». У своїй теорії він ієрархічно розставив ці поняття від найширшого – мовної гри, до найвужчого – каламбуру. Таким чином, гру слів науковець розглядає як різновид мовної гри, а каламбур – різновид гри слів [3, с. 802].

Позитивне зрушення у розробці лінгвістичного підходу стосовно розгляду феномену мовної гри в турецькому мовознавстві пов'язане з появою наукової розвідки, автором якої є Олена Козан. У своїй монографії «Мова заголовків російських і турецьких газет: лінгвокультурологічний підхід» («Rus ve Türk Gazete Haber Başlığı Dili: Kültürdilbilimsel Yaklaşım») дослідниця вперше запропонувала використати лінгвістичні розробки теорії мовної гри на матеріалі заголовків турецьких газет [9].

Для позначення терміна «мовні ігри» було застосовано авторський турецький відповідник «sözcük oyunları» (дослівно «словесні ігри»). О. Козан підтримує традиції, які були започатковані російськими та українськими мовознавцями у лінгвістичній теорії мовних ігор.

Заявлений підхід перегукується з положенням, розробленим В.З. Санніковим, який протиставляє звичайні тропи незвичайним, а стосовно тлумачення поняття «мовна гра» науковець пропонує таку дефініцію: «Мовна гра – це певна мовна неправильність (або незвичайність), і що є дуже важливим, неправильність, усвідомлена і навмисно допущена особою, яка говорить (пише)» [4, с. 22].

Уперше для лінгвістичного опису мови турецьких заголовків було використано класифікацію прийомів мовних ігор відповідно до рівнів їх реалізації: фонетичні, графічні, морфологічні, словотвірні, а також у якості окремого виду мовних ігор – гру з прецедентними феноменами [2, с. 163]. Однак дослідження О. Козан лише частково розглядає феномен мовної гри як лінгвістичне явище, адже за основу у її роботі взято лінгвокультурологічний підхід.

Отже, проаналізувавши статті турецьких учених, пов'язані із феноменом мовної гри, можна зробити висновок, що, у той час як у сучасному вітчизняному та зарубіжному мовознавстві феномен мовної гри розглядають у вузькому – лінгвістичному значенні, розробка теорії досліджуваного об'єкта в сучасній турецькій лінгвістиці досі характеризується превалюванням широкого – лінгвофілософського підходу, а також відсутністю єдності у визначенні поняття «мовна гра» у якості суто лінгвістичного явища.

Беручи до уваги виявлені нами закономірності, теорія мовної гри у контексті турецького наукового дискурсу потребує більш комплексного розгляду, переосмислення ключових понять і розробки нових поглядів стосовно поставленої проблеми, адже концепція «мовної гри» як об'єкт лінгвістичного дослідження не повністю розкрила свій потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вітгенштайн Л. Філософські дослідження / Л. Вітгенштайн // Tractatus logico-philosophicus. Філософські дослідження. – К.: Основи, 1995. – 311 с. 2. *Козан О.* Языковая игра в заголовках турецких газет / О. Козан // Учен. записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Симферополь: ТНУ, 2011. – Т. 24(63), № 3.– С. 162–167 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pps.kaznu.kz/kz/Main/FileShow2/3782/82/2/0/0//. 3. *Культура русской речи* : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М., 2003. – 840 с. 4. *Санников В.З.* Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 544 с.

5. *Николина Н.А., Агеева Е.А*. Языковая игра в структуре современного прозаического текста / Н.А. Николина, Е.А. Агеева // Русский язык сегодня: сб. статей. – М., 2000 . – Вып. 1. – С. 551–553. 6. *Цикушева И.В*. Феномен языковой игры как объект лингвистического исследования / И. Цикушева // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – СПб., 2009. – №12 (90): Общественные и гуманитарные науки (философия, история, политология, искусствоведение, языкознание, литературоведение, экономика, право). – С. 169–171. 7. *Altun M*. Dil Oyunları ve Teorisi Üzerine…[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dilbilimi.net/diloyunlariveoyunteorisi.pdf. 8. *Dereko A*. Oyun kavramı [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dicle.edu.tr/Contents/c5d7064c-f86f-4bf3-b61b-d7626849dd6a.pdf. 9. *Kozan O*. Rus ve Türk Gazete Haber Başlığı Dili: Kültürdilbilimsel Yaklaşım / Olena Kozan. – Ankara: Gazi Kıtabevi, 2014. – 213 s. 10. *Köse A*. Medya ve Dil Oyunları: Gündelik Dil Pratiklerinde Televizyon Dizilerinin Etkisi / Aynur Köse // Milli Folklor, 2012. – S. 220-233. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://docplayer.biz.tr/5212618-Medya-ve-dil-oyunlari-gundelik-dil-pratiklerinde-televizyon-dizilerinin-etkisi.html. 11. *Uyanık A*. Patrick Süskind'in «Koku» Adlı Romanının Türkçe Çevirisinde Dil Oyunları Eşdeğerliği / Ayşe Uyanık // The Journal of Academic Social Sience Studies, 2012. – Vol. 8. – P. 1219–1229 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.acarindex.com/the-journal-of-academic-social-science-studies-jasss/patrick-suskindin-koku-adli-romaninin-turkce-cevirisinde-dil-oyunlari-esdegerligi-24010#.WAUYaulX4W0.

Каленская А.С., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ТУРЕЦКИХ ЛИНГВИСТОВ

В статье осуществлена попытка обработки существующих турецких источников относительно лингвистического феномена языковой игры, а также проведен комплексный анализ примененных подходов к толкованию данного лингвистического явления вместе с оценкой состояния разработки его теории.

Ключевые слова: *языковая игра, история лингвистики, лингвофилософский подход, экспрессивные средства речи.*

Kalenska A.S., PhD Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LANGUAGE GAME IN THE STUDIES OF TURKISH LINGUISTS

The article examines the existing Turkish sources regarding linguistic phenomenon of language game and provides a complex analysis of approaches applied in interpretations of this linguistic term along with evaluation of the development of its theory.

Keywords: *language game, history of linguistics, linguistic and philosophical approach, expressive means of the language.*

УДК 81.27/ 811.111

Карабан А.В., к. філол. н.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

УЗУСНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКИХ ДЕРИВАТІВ ІЗ ДЕМІНУТИВНИМИ СУФІКСАМИ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

У статті досліджуються прагматичні особливості перекладності та необхідності перекладу українських демінутивних іменникових дериватів. Прослідковуються узуальні та перекладні тенденції на матеріалі паралельних українсько-англійських та англо-українських текстів. Висувається думка про лексикалізацію та граматикалізацію прагматики узусних форм та можливість/неможливість перекладу лінгвістичної емпатії українського тексту англійською мовою. Піднімається проблема ненасиченості перекладних українських текстів іменниковими демінутивами.

Ключові слова: *узус, демінутив, засоби емпатії, перекладність, проблема перекладу.*

His body is shaking and he can feel the familiar churning in his bowels. He is afraid he is about to soil himself. The stench of the burning potatoes fills the air. "Please Valechka, darling, ***little pigeon****…"*
(Lewycka M. *A Short History of Tractors in Ukrainian*)

У контрастивному вивченні мов здебільшого виділяються спільні риси, безумовні відповідники й ті мовні одиниці та явища, що таких відповідників не мають [8]. Дослідники намагаються у порівнюваній мові знайти засіб, що найбільше б відповідав семантично і стилістично – для цього у ході аналізу відшуковують лексичні компенсатори тощо [9]. Ця розвідка передусім зосереджена на іншому аспекті – узусному; при тому, що семантичні та стилістичні складники виділити порівняно легко, у порівнюваних мовах все одно лишатиметься узусна диспропорція. Для прикладу було взято демінутивні деривати українських лексем, окреслено можливі значення та спроектовано узусну цінність для англійського мовного загалу.

Більшість сучасних перекладознавців та перекладачів переймаються проблемою відтворення українських демінутивів англійською мовою та/або їх компенсації [1, 3, 4]. Гіпотезою цієї розвідки є відсутність необхідності перекладу українських демінутивів англійською загалом. Передумовами до такого умовиводу є узуальна специфіка засобів компенсації в англійській мові та неврахування прагматичного контексту таких елементів [10]. Так, компенсація зменшувально-пестливих форм присутня у сучасній теорії та практиці перекладу, проте вважаємо за доцільне поставити під питання адекватність таких компенсуючих елементів. А саме аналітичних засобів передачі зменшувально-пестливих, почасти синтетичних засобів, некоректна морфологічна компенсація (-ish, іменні демінутиви тощо), що випливає через хибну інтерпретацію прагматики українських демінутивів. А саме, морфологічні елементи, що передають зменшувально-пестливі форми, насамперед передаються англійською за допомогою лексичних елементів із семою "маленький" або "любий", тобто відбувається лексикалізація подекуди квазіграматичної категорії.

Для висунення такої гіпотези проведемо аналіз насичення українських текстів демінутивами та англійських текстів засобами компенсації (які висувають українські перекладознавці та якими користуються перекладачі) для розуміння вживань таких елементів в узусі, а також паралельних текстів українсько-англійських та англо-українських – для порівняння узуальних вживань засобів компенсації в перекладних текстах та вживання зменшувально-пестливих форм в українських перекладах, а саме співвідношення з оригінальними українськими творами (тобто перекладацький узус на противагу узусу мовця).

Проблема демінутивності у світових мовах існує давно та піднімає цілу низку проблем з приводу перекладності та еквівалентності у різних мовах. К. Шнайдер постулює, що демінутивність може позначати виключно невеликий розмір, виключно оцінку та оцінку й невеликий розмір одночасно; при цьому третій тип демінутивності вважається переважаючим [12]. Так, оцінка може бути позитивною чи негативною, залежно від того, чи це применшення асоціюється як покращення якості чи її погіршення, проте у різних мовах навіть однієї мовної сім'ї власне категорія демінутивності нестиме заздалегідь вкладену позитивну оцінку, як-от в українській. Також слід розрізняти, що ця категорія допускає потенційно, оскільки цей потенціал реалізується в узусі. Твердження про переважання змішаного оцінно-зменшувального типу демінутива може бути коректним відповідно до узусу німецької чи української мов, проте у англійській мові прослідковується чітке розмежування значень.

…як вилупляться ***жайвороненята***, ми й позабираємо... / …and when the ***nestlings*** hatch, we'll take them out…

У той час як дослідники [6; 11] досі сперечаються про природу категорії демінутивності як суто морфологічної, ономасіологічної чи морфосинтаксичної, ми дотримуємося думки, що основою цієї категорії є оцінка та зменшення, і вже двоїста природа ставить під питання, чи є ця категорія однорідною, чи значення настільки розійшлися, що можна сприймати її як дві парадигматично синонімічні категорії – категорію інтимізації та категорію зменшення. Так, для англійської мови Ден Джурафскі визначає центральним елементом розмір [7], проте у східнослов'янських мов розмір стає периферичним, як наприклад у дієслівних демінутивах. На нашу думку, категорія демінутивності перш за все є реалізацією значення зменшення та оцінки та їх передачі, а відтак є семантико-аксіологічною та потенційно прагматичною категорією:

Ось і вона сама – котиться у своєму інвалідному ***кріселку***, до пояса вкрита пледом, у якійсь світленькій блузі. /She is rolling out in her ***wheelchair***. A blanket covers her up to her waist; she is wearing a light-colored blouse.

Причиною значної кількості різних підходів до розгляду категорії демінутивності є, перш за все, способи творення демінутивів: синтетичні – через морфологічні засоби (та навіть в межах морфології постає проблема через здатність частин мов реалізовувати цю категорію афіксально) та аналітичні (прикметників чи інших модифікаторів на позначення зменшення чи інтимізації); дериваційну та флективну природу демінутивів тощо [5].

Для цієї розвідки ми керуємося розумінням категорії демінутивності як міжмовного феномену, що може реалізовуватися морфологічно та аналітично та мати

ономасіологічний потенціал. При цьому переважно вживається для оцінної, зменшувальної та змішаної модифікації значення.

Для прикладу ми взяли демінутивні деривати українських лексем [2], окреслили можливі значення і спробували спроектувати узусну цінність для англійського мовного загалу.

Іменникові демінутивні суфікси зі значенням зменшувальності переважно компенсуються в перекладі на англійську мову словами small/little або іменником мови перекладу, що вже містить сему невеликого розміру:

…лягти де-небудь на ***горбочку***…/…to lie on some ***little hill***…

Невеличка рідковолоса ***голівка***…/His ***small***, thinly haired ***head***…

… материні слова тихим ***струмочком*** ринуть мимо./ … his mother's words flow past him like a quiet ***brook***.

Проте співвідношення таких українських демінутивів до англомовних іменників, модифікованих зменшувальними small/little, у паралельних текстах становить 1:30. Насиченість тексту в корпусах художньої прози американської англійської та української мов підтверджує приблизно таку пропорцію 1:24 в неперекладних текстах, як-от наприклад у тих самих еквівалентах litte head/голівка. Слід зауважити, що така пропорція буде варіюватися від іменника до іменника, проте середній показник наразі є вищезазначеним. Проте зі збільшенням обсягу матеріалу дослідження дані можуть змінитися. Пропорцію слів із семою невеликого розміру на цьому етапі важко виокремити та провести відповідні розрахунки. Можна припустити, що навіть параметричність для мовця англійської є не настільки важливою, а відтак левова частка параметричних (зменшувальних) демінутивів перекладається без компенсації значення зменшення, тобто прототиповим еквівалентом демінутива є його немодифікована зменшенням форма. Маргінальні елементи, як-от у цьому випадку введення параметричного прикметника little/small, слід розглядати контекстуально і керуватися принципом не перекладу значення кожної морфеми, а не введення надлишкового (прагматично нерелевантного) значення в англійський текст:

Пронька вже й ***паличку*** приніс./ By that time Pronko had already found a ***stick***.

… дівчатка шукали квітів, в'язали їх у ***пучечки***…/…the girls looked for flowers and tied them into ***bunches***…

Любо було йому ковзатись ***чобітками*** по слизькій зеленій траві./ He loved to slide across the slippery, verdant steppe in his ***boots***.

…кучеряві ***хмарки*** пливуть з далекого чужого краю./ …curly ***clouds*** drifted from far-off lands across the sea.

Отже, пошук еквівалента для перекладача має починатись із вирішення, наскільки контекстуально обґрунтованим та прагматично релевантним буде введення елемента на позначення зменшення, зважаючи на узуальну нечастотність таких елементів в англійській мові та високу можливість неправильної інтерпретації little/small (як замалий тощо), враховуючи позитивну природу української демінутивності.

Коли мова йде не про виключно параметричні демінутиви, а про змішаний оцінно-зменшувальний тип – а для української мови у більшості випадків параметричний демінутив не є позбавленим позитивно-оцінного (та почасти емпатичного) значення,

то необхідність передачі параметричності стає ще меншою, оскільки це вже є не основне значення афікса, а лише його частина.

…хто з хлопців розбивав пташині ***яєчка***…/…whenever one of the boys crushed a bird's ***egg***…

…ляже на ***личко*** темна тінь…/…casting a shadow on his ***face***…

Ну, нічого ***синку***! Вже йому це так не минеться, матері його мішок груш!/ Never mind, ***son***! He won't get away with it, hot ziggity damn!

Третій тип демінутивних одиниць – виключно оцінний, в українській мові реалізується на двох рівнях, а саме виключно позитивно оцінні одиниці як засіб наближення до засобу номінації –

Ні, – прошепотів Павлик, заплющуючи ***оченята***./ No, Pavlyk replied in a whisper, closing his ***eyes***.

… тих ***казочок***, чимало./… quite a few such ***fairytales***.

А ***пісеньки*** співати не тре-е-ба…./But we don't need any ***songs***…

… стискається боляче ***серденько*** Павликове жалем…/…makes Pavlyk's ***heart*** contract with pain and horror… – та як засіб наближення до реципієнта та й певною мірою надання можливості йому подивитися на світ очима мовця. Виділення останнього підтипу є надзвичайно важливим, оскільки значна кількість українських демінутивних дериватів передають не стільки розмір чи близькість мовця з предметом, на позначення котрого використовуються, а радше настрій мовця чи спроектований настрій людини суб'єкта оповіді – тобто своєрідна реалізація мовної емпатії:

Світить ***сонечко***, припікає. Тепло й радісно./ The ***sun*** is shining, it's warm and joyous.

Покурюючи ***люлечку***…/ Puffing on his ***pipe***…

…вкриває хлопця ***ряденцем*** і хрестить мати./…she says, covering the boy with a ***blanket*** and making the sign of the cross over him.

Такі демінутиви у понад 90% випадків перекладаються іменниками (іменниковими фразами), що не модифікуються прикметниками на позначення інтимізації (dear) чи то малого розміру (little/small тощо), іменниками з семою малого розміру чи такими, що містять морфему демінутивності (-let, -y тощо). Навіть в описовому перекладі елемент емпатії втрачається:

…розказуючи якусь цікаву ***побрехеньку*** чи довгу заплутану ***казочку***./ …telling them ***something*** interesting, like a long and complicated ***fairytale***.

Цей феномен вербально виражається в невеликій кількості мов, і наразі в англійській мові де-факто не виокремлений. Відтак можна припустити, що через відсутність вербалізованої мовної емпатії в англійській мові ця вербалізація (а може сама емпатія – тобто точка зору мовця), відтак, не є релевантною для англомовних культур, отже і потреба в компенсації стає проблематичною – оскільки перекладач, намагаючись компенсувати морфологічні елементи лексичними, нехтує специфікою культур і вносить елемент, який мовці англійської просто не можуть адекватно інтерпретувати. Відтак, така компенсація робить текст незграбним та більш відчуженим для сприйняття. У перспективі вважаємо за необхідне провести категоризацію оцінних демінутивів, вектор яких направлений на предмет номінацій, і, відтак, значення яких

можуть бути компенсовані (хоча й у кількості випадків, якими можна знехтувати), і вектор яких спрямований на аудиторію/реципієнта та які варто залишити без введення штучних морфем/лексем інтимізації, оскільки узус англійської мови не реалізує такого феномену, як мовна емпатія.

Для того, щоб проаналізувати інтерференцію, що виникає в ході англо-українського перекладу, а саме випадки, коли перекладач не бачить форм, якими він зазвичай компенсує демінутиви; адекватні переклади демінутивності трапляються вкрай рідко:

And she put her ***small hand*** upong his…/ Вона схопила Тома за руку своєю ***маленькою ручкою***…

Перекладач може не привносити в текст іменникові демінутиви, притаманні узусу його мови. Відтак український текст часом читається як "черствий" чи то ненаближений, оскільки переклад не надає читачеві повної зануреності, тобто здатності побачити світ очима мовця/іншого персонажа – а узус української мови передбачає такий аспект саме й через використання іменникових демінутивів. Для порівняння, питомо український художній текст міститиме у 27 разів більше іменникових демінутивів, ніж переклад англійського тексту українською мовою. У випадках, коли вони все ж вживаються, це перифрастичні (описові) способи перекладу, що дозволяють природньому мовленню (узусу) "прорізатися" крізь спокусу не завжди усвідомленого калькування елементів мови оригіналу; та коли еквівалент вже містить морфему демінутивності:

He soon struck wood that sounded hollow. He put his hand ***there*** and uttered this incantation impressively./ Том заліз у ***ямку*** рукою і проказав таку замову.

And at the zenith of his fame, how he would suddenly appear at the old ***village***…/ А сягнувши найвищої слави, раптом завітає до рідного ***містечка***…

In it lay a ***marble***./ На дні його лежала одна мармурова ***кулька***.

Така асиметрія може бути не настільки очевидною, як відверті помилки перекладу, проте читачеві бракуватиме елементів інтимізації/емпатії, які зазвичай вводить письменник-мовець.

В англо-українському перекладі після аналізу насиченості текстів іменниковими демінутивами перспективним напрямом дослідження вважаємо створення моделі для введення елементів мовної емпатії в український текст.

Проте категорія демінутивності в українській мові надзвичайно багата та, власне, спостерігається надзвичайна проникність демінутивності в усі повнозначні частини мови (як у літературному, так і в розмовному варіанті, як-от займенник 'нашенький'):

інфінітиви: ***Їстки***, сину, не хочеш?/ Do you want something ***to eat***, son?

Спатки, мамо. /***Sleep***-time, mama.

прикметники: Ги-и-и! ***славнюсінькі***, ***манюпусінькі***…/Look, they're so ***tiny*** and ***cute***…

Це дає підстави говорити про достатню присутність феномену мовної емпатії в українській мові через демінутивні форми, не як виняток чи аберацію, а більш-менш стабільну маніфестацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іваніна Т.В. Про перекладність демінутивних власних назв / Т.В. Іваніна. // Вісник Житомирського державного університету. – 2010. – №51. – С. 44–47. 2. *Руда Н.В*. Репрезентація категорії демінутивності в українській мові / Н.В. Руда. // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. – 2013. – №21. – С. 92–97. 3. *Bagasheva-Koleva M.S*. On the category of diminutiveness in English, Russian and Bulgarian / M.S. Bagasheva-Koleva. // International Scientific and Practical Conference "WORLD SCIENCE". – 2016. – №4. – pp. 7–10. 4. *Bagasheva-Koleva M.S*. Translating diminutive words from Bulgarian and Russian into English / M.S. Bagasheva-Koleva. // Международна юбилейна научна конференция\»40 години филология в Пловдивския университет. – 2013. 5. *De Belder M*. On an inflectional and a derivational diminutive [Електронний ресурс] / M. De Belder, N. Faust, N. Lampitelli // North Eastern Linguistic Society Conference, NELS 40. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: http://www.marijkedebelder.com/2minutives.pdf. 6. *Grandi N*. Renewal and Innovation in the Emergence of Indo-European Evaluative Morphology [Електронний ресурс] / N. Grandi // Lexis. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: https://lexis.revues.org/403. 7. *Jurafsky D*. Universals in the Semantics of the Diminutive / D. Jurafsky. // Proceedings of the Nineteenth Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society: General Session and Parasession on Semantic Typology and Semantic Universals. – 1993. – pp. 423–436. 8. *Khachikyan Sh*. Diminutives as Intimacy Expressions in English and Armenian Armenian / Sh. Khachikyan. // Armenian Folia Anglistika. – 2015. – С. 78–83. 9. *Lockyer D*. Such a Tiny Little Thing: Diminutive Meanings in Alice In Wonderland as a Comparative Translation Study of English, Polish, Russian and Czech [Електронний ресурс] / D. Lockyer // Verges: Germanic & Slavic Studies in Review. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: https://journals.uvic.ca/index.php/verges/article/view/10853/3898. 10. *Merlini Barbaresi L*. The pragmatics of the "diminutive" –y/ie suffix in English / L. Merlini Barbaresi. // Naturally! Schaner-Wolles, C., Rennison, J. & Neubarth, F. (eds.). – 1999. – С. 315–326. 11. *Schneider K.P*. "'dear mother' - wasn't that what 'mütterlein' meant?» On first-order diminutive meaning [Електронний ресурс] / K. P. Schneider // semantics of derivational morphology. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.sfb991.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Vhosts/SFB991/a02/Schneider01.pdf. 12. *Schneider K.P*. Diminutives in English / K. P. Schneider., 2004. – 238 p.

Карабан А.В., к. филол. н.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

УЗУСНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА УКРАИНСКИХ ДЕРИВАТОВ С ДИМИНУТИВНЫМИ СУФФИКСАМИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

В статье исследуются прагматические особенности переводимости и необходимости перевода украинских деминутивных именных дериватов. Прослеживаются узуальные и переводные тенденции на материале параллельных украинско-английских и англо-украинских текстов. Выдвигается мысль о лексикализации и грамматикализации прагматики узусных форм и возможности / невозможности перевода лингвистической эмпатии украинского текста на английский язык. Поднимается проблема ненасыщенности переводных украинских текстов именными деминутивами.

Ключевые слова: *узус, деминутив, средства эмпатии, переводимость, проблема перевода.*

Karaban A.V., PhD.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

USAGE SPECIFICS OF TRANSLATING UKRAINIAN DERIVATIVES WITH DIMINUTIVE SUFFIXES INTO ENGLISH

The article investigates the pragmatic features of translatability of Ukrainian nominal diminutives into English and the relevance thereof. The translational and usage trends of those are established based on the parallel Ukranian-English and English-Ukrainian texts. The ideas of lexicalization and grammaticalization of pragmatics for usage-specific forms as well as the translatability of the means of linguistic empathy in Ukrainian into English are put forward. The problem of undersaturation with nominal diminutives of the texts translated from English into Ukrainian.

Keywords*: language usage, diminutive, means of empathy, translatability, translation problem.*

УДК 811.111=26

Карабан В.І., д. філол. н., проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

УЗУС ЯК БАР'ЄР У ПЕРЕКЛАДІ З РІДНОЇ МОВИ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

У статті розглядається рівень володіння узусом іноземної цільової мови як мовний бар'єр у перекладі з української мови. Підкреслюється, що узусна компетенція становить одну з головних умов досягнення адекватності перекладу з української мови іноземною мовою, оскільки переклад майже завжди здійснюється переважно на основі узусу цільової мови. Робиться висновок про необхідність осучаснення змісту професійно орієнтованих дисциплін та спеціальних курсів з метою підвищення рівня узусної підготовки майбутніх перекладачів.

Ключові слова*: переклад іноземною мовою, перекладацький бар'єр, узусна компетенція, навчання узусу іноземної мови, узусні регулярності.*

У нашій країні переклад іноземною мовою доволі широко використовується з метою навчання іноземної мови, тоді як у підготовці перекладачів на іноземну мову він все ще не досить поширений у вишівських навчальних планах та програмах для підготовки перекладачів. І хоча у міжнародних організаціях вважається, що перекладачі повинні перекладати лише на рідну мову, тим не менш у все більшій кількості вищих навчальних закладів, де здійснюється навчання майбутніх перекладачів, запроваджується навчальна дисципліна "Переклад (першою) іноземною мовою".

Таку практику слід вважати доцільною, адже випускникам, що закінчують вищі навчальні заклади країни за спеціалізацією "Переклад", нерідко доводиться займатися перекладами іноземною мовою або на місці постійної роботи, або у межах виконання договірних перекладацьких робіт. Тому ми вважаємо необхідним у рамках теоретичного та методичного забезпечення такого навчання розглянути у цій статті деякі аспекти чужомовної компетенції перекладача у рідномовно-чужомовному перекладі як значно

менш поширеного у методиці та практиці підготовки кваліфікованих перекладачів, зосередившись, зокрема, на такому важливому аспекті цієї компетенції, як репродуктивна мовленнєва субкомпетенція, яку ми називаємо узусною субкомпетенцією.

На наш погляд, з погляду процесу перекладу та компетенції перекладача доцільно розрізняти перекладні та перекладацькі бар'єри. Перші стосуються загальних труднощів перекладу тією чи іншою іноземною мовою, а другі характеризують рівень володіння перекладачем іноземною мовою, тобто мовленнєву або мовну компетенцію (зрозуміло, що йдеться не про рідну, а про іноземну мову). Тому слід розрізняти проблеми перекладу та власне перекладацькі бар'єри. Таке розрізнення є дуже важливим у підготовці всіх перекладачів стосовно чіткого та практичного самоусвідомлення себе як професіоналів. Перші (перекладні бар'єри) мають об'єктивний характер і становлять труднощі для всіх перекладачів певної мовної комбінації, тоді як другі мають суб'єктивний характер та стосуються індивідуальних властивостей перекладача, зумовлених його освітою, професійною підготовки, культурою та досвідом [1; 2:189].

Оскільки переклад у першу чергу пов'язаний із мовами (вихідною та цільовою), то перекладацькі бар'єри доцільно перш за все поділяти на мовні та немовні. Серед немовних бар'єрів зазвичай виокремлюють (етно)культурний (наприклад, різного роду реалії, рівні ввічливості (у тому числі політичної коректності) тощо), літературні (наприклад, літературно-стильові, жанрові тощо), контекстуально-ситуативні, ідеологічні, філософські, юридичні, економічні, часові тощо, тобто всі ті труднощі перекладу, що не пов'язані з власне мовами. Класифікація перекладацьких бар'єрів з погляду підготовки перекладача – бар'єри для всіх перекладачів, бар'єри для студентів-перекладачів, бар'єри для недосвідчених перекладачів.

Хоча окремі фахівці з перекладознавства та методики викладання перекладу побіжно зазначають важливу роль, яку відіграє узус мови у перекладі, майже ніхто не звертає увагу на те, що фактично будь-який переклад здійснюється саме з узусу вихідної мови на узус цільової мови. Як не дивно, але проблема "з чого та на що здійснюється переклад" не обходила перекладознавців, які звично вживали вираз "переклад з мови/переклад на мову", не звертаючи увагу на те, що мова у широкому значенні слова є багатоаспектним явищем, а сам термін "мова" є неоднозначним, і багато у чому тут виною є нерозвиненість досліджень мовлення як особливого явища, що відмінне від мови як системи мовних одиниць і що здійснюється шляхом їх використання у мовленнєвій комунікації.

Проблема мовних бар'єрів у перекладі широко досліджувалася і досліджується багатьма перекладознавцями. Це й зрозуміло, адже без мови не було б й перекладу у тому розумінні, як він визначається у сучасному перекладознавстві. Нерідко мовні бар'єри визначаються дослідниками як системні розбіжності між мовами та комунікативні труднощі, що виникають між їх користувачами [3].

Разом із тим, недостатньо чітке та послідовне розрізнення у мові таких аспектів, як власне мовна система та функціонування мови у комунікації (узус, мовлення), не особливо цікавило перекладознавців, що й призвело до недооцінення узусного аспекту перекладу. На нашу думку, серед численних мовних бар'єрів у перекладі

розбіжності узусів вихідної й цільової мов видаються й досі найменш дослідженими, хоча фактично переклад здійснюється саме з узусу однієї мови узусом іншої мови.

Дослідження мовної компетенції у перекладознавстві потерпає від недостатнього вивчення мовленнєвої діяльності, тому що й досі широко та необґрунтовано вважається, що переклад здійснюється з мови та на мову, хоча він фактично є специфічною мисленнєво-мовленнєвою діяльністю, безпосередньо пов'язаною із застосуванням у спілкуванні елементів системи мови, отже повністю ігнорується складність поняття "мова".

Слід зазначити, що сучасне перекладознавство, методика навчання перекладу та й мовознавство наразі звертають недостатньо уваги на мовленнєву діяльність, що помітно негативно відбивається на розвитку деяких їхніх та суміжних галузей, зокрема, мовленнєзнавства в усіх його аспектах, контрастивного мовознавства та методики викладання іноземних мов і перекладу. Справедливо зауважується, наприклад, що "…саме лінгводидактична практика настирливо нагадує про недостатність вивчення мови поза його використанням у комунікації" [4:54]

Із комунікативного погляду, мовний перекладацький бар'єр полягає у особливостях (розбіжностях) формування пропозицій прямих та непрямих мовленнєвих актів, відсутності у перекладацькому мовленні певних типів та видів мовленнєвих актів та використанні певних мовленнєвих актів у різних комунікативних ситуаціях. В усіх цих випадках ключову роль відіграють розбіжності в узусах вихідної та цільової мов. Подолання зазначених бар'єрів переважно залежить від рівня відповідних компетенцій перекладача – чим вищий її рівень, тим легше та адекватніше долаються такі бар'єри, які ми називатимемо узусними перекладацькими бар'єрами.

Однак вирішальним для мовно адекватного перекладу все ж таки є досконале знання узусу цільової мови, яке дозволяє виключити інтерференцію узусу вихідної мови під час фази перевираження смислу оригіналу із застосуванням узусу цільової мови. Тому важливим для підготовки перекладачів з рідної мови іноземною мовою видається посилене навчання узусу іноземної мови як цільової у перекладі.

Слід особливо зазначити, що існує важливий безпосередній зв'язок між рівнем узусної субкомпетенції та якістю виконаного перекладачем перекладу: що вона вища, тим вища його якість (зрозуміло, за умови належного рівня інших пов'язаних із цільовою мовою субкомпетенцій). Узусна субкомпетенція, так би мовити, "вінчає" загальну мовну компетенцію перекладача.

Дослідники, до речі, зауважують (і ми з ними цілком згодні), що навіть на старших курсах фахових вишів найважливішою складовою перекладацької компетентності залишається мовна субкомпетенція і, зокрема, така її частина, як вміння вживати мовні елементи у перекладацькому мовленні під час укладання цільового тексту [5:8].

Будь-які дві мови відрізняються своїми узусами, у тому числі не тільки далекоспоріднені, а й близькоспоріднені мови (зрозуміло, що останні мають менше відмінностей в узусах, ніж перші). Нагадаємо, що узус мови – це загальноприйнята реалізація у мовленні елементів загальнонародної мови, що включає в себе елементи різних ідіомів, і що функціонування всіх ідіомів у сукупності (або загальнонаціональної мови) й формує узус [5: 5-6].

Оскільки переклад здійснюється з узусу вихідної мови на узус цільової мови, то серед усіх мовних перекладацьких бар'єрів узусні відмінності двох мов становлять для перекладознавців, особливо для тих, хто спеціалізується на лінгвістиці перекладу, найбільший науковий інтерес. Важливе значення для забезпечення якості перекладу майбутніх перекладачів є й навчання їх особливостям цільової мови, особливо її узусу як мовного бар'єру найвищого рівня. Наразі відсутня єдина думка науковців щодо складу перекладацької компетентності (про це див. [6]) та, зокрема, характеру власне мовної субкомпетенції, у тому числі узусної субкомпетенції. Лише деякі перекладознавці наголошують на особливій ролі узусу у перекладацькому мовленні та його нормі. Зокрема, Р.К. Міньяр-Бєлоручев [7:8] наголошував на важливості володіння перекладачем комунікативною компетенцію, хоча й не розкривав достатньо її сутність. Комісаров В.Н. до складу перекладацької компетентності включає, поміж іншого, й знання про узус [8: 323], не згадуючи при цьому саме володіння узусом цільової мови та узусні навички.

Неувага до такого аспекту письмового та усного мовлення студентів-перекладачів, як узус цільової мови, призводить до недостатнього володіння останнім та помилок у перекладацькому мовленні. Фактично, це стає свого роду перекладацьким бар'єром на шляху якісного виконання перекладів майбутніми перекладачами.

Узус мови – це значний та складний об'єкт дослідження і навчання, вагу якого у мовних студіях та підготовці філологів іноземних мов і, зокрема, перекладачів ще зовсім недостатньо оцінено, тому йому слід приділити значно більше уваги, ніж це робилося дотепер. Тому викладання перекладачам узусу іноземної мови слід здійснювати послідовно та у достатньому обсязі протягом усього часу підготовки перекладачів, не забуваючи водночас поглибленого вивчення узусу рідної мови, адже і іноземна, і рідна мови є робочими мовами перекладача.

Слід зазначити, що узусний бар'єр перекладача має також частково й об'єктивну причину свого виникнення – йдеться про таку об'єктивну обставину, як відсутність можливості повноцінного спілкування другою (іноземною) мовою в умовах вивчення її перекладачами (та й викладачами) у країні іноземної мови. Безперечно, перебування у країні мови, яка вивчається, значно сприяє кращому засвоєнню узусу іноземної мови. Ця вада існує через недостатню мобільність студентів та викладачів, яка лише декларується прихильниками Болонського процесу, проте успіхів у цьому напрямку реформування вітчизняної освіти ще досить мало. Реальне, "живе" спілкування у країні з носіями іноземної мови слід вважати потужним засобом вдосконалення узусної субкомпетенції.

Тут слід сказати, що між навчанням перекладу та навчанням іноземної мови існує безпосередній зв'язок: переклад може сприяти вивченню узусу іноземних мов (див., наприклад, [9]), а вивчення узусу іноземних мов безперечно сприяє вдосконаленню вмінь та навичок правильного перекладу іноземною мовою (так, як вона вживається у спілкуванні носіями цієї іноземної мови).

В ідеального перекладача-білінгва (яких насправді, мабуть, дуже мало) володіння узусами вихідної і цільової мов однаково ідеальне, тоді перекладачі-штучні білінгви значно краще володіють узусом рідної, ніж вивченої іноземної мови, тому недарма

у багатьох міжнародних організаціях й існує вимога до перекладачів, аби вони перекладали лише рідною мовою. Перекладачі-штучні білінгви мусять значно більше вивчати узус іноземної мови, щоб мати відповідну кваліфікацію перекладати з рідної мови іноземною мовою. Саме навчальна робота над тотожностями та подібностями і розбіжностями узусів вихідної та цільової мов дозволяє підготувати перекладачів високої кваліфікації.

До цього слід додати, що у нашій країні підготовка таких перекладачів здійснюється не викладачами-природними білінгвами, які досконало володіють узусами двох мов, а переважно штучними білінгвами, які самі не володіють досконало цими узусами і які також потребують подальшої узусної підготовки. А оскільки викладачі у цілому не мають достатньої можливості засвоювати узус іноземної мови у її середовищі, то реальним виходом із такого становища є наукове порівняльне дослідження узусів вихідної та цільової мов, глибоке осмислення його результатів та їх застосування у практиці викладання перекладу. У навчанні перекладачів слід звертати більше уваги на їхню узусну підготовку, яка передбачає відповідний комплекс вправ [10].

Таке навчання практично неможливе без результатів наукового опису та пояснення подібностей та, особливо, розбіжностей в узусах мов, задіяних у перекладі. Тому успішність підготовки перекладачів на належному рівні безпосередньо залежить від рівня дослідженості узусів у порівняльному плані, оскільки не слід забувати, що ми працюємо над підготовкою штучних білінгвів-перекладачів, якісність роботи яких залежить від високого рівня володіння саме узусами вихідної та цільової мов.

Важливо систематично досліджувати та викладати відмінності узусів вихідної та цільової мов і узусні регулярності. Під останніми розуміються узусні норми, що визначають прийнятність структури, семантики, прагматики та лексичного наповнення мовленнєвого акту.

Слід зазначити, що узусні регулярності мов досліджені зовсім недостатньо. Так, наприклад, у деяких видах речень в англійському мовленні неприйнятною вважається велика група підмета, що налічує 5-6 та більше слів (докладніше про це див. [11:247-254]. Ця регулярність не може бути ефективно визначена без порівняння мовлення двох або більше мов. Саме недослідженість узусів мов, у тому числі з погляду контрастивного узусознавства, заважає цілеспрямовано та систематично навчати студентів узусу іншомовного мовлення. Тому одним із першочергових завдань і лінгвістики перекладу, і контрастивного узусознавства слід вважати виявлення різних узусних регулярностей чужомовного мовлення.

Деякі дослідження свідчать, що студенти-перекладачі порівняно з перекладачами-професіоналами, наприклад, у перекладах іноземною мовою вживають більше неприродних поширених речень, будучи нездатними вживати короткі ємкі речення, менш різноманітний набір лексичних елементів, меншу кількість смислових слів тощо, і що мова перекладів, зроблених студентами, значно більш віддалена від природної іноземної мови, а також, великою мірою, від мови перекладів, виконаних професіональними перекладачами (див., наприклад, [12]).

Отже, з огляду на важливість узусної компетенції нагальним видається осучаснення змісту викладання іноземних мов та перекладу іноземною мовою. Навчання

узусу іноземної мови передбачає перетворення знання про нього і відповідних вмінь та навичок у повноцінний інструмент перекладацького мовлення, тобто у знаряддя мовленнєвої діяльності студентів-перекладачів, коли вони перекладають іноземною мовою, а не просто в об'єкт засвоєння (пор. подібний підхід до навчання спілкуванню іноземною мовою у [13]).

Відмінності в узусах вихідної та цільової мов заслуговують на спеціальне дослідження не тільки з теоретичного, а й з прикладного погляду – у плані навчання перекладу, укладання перекладних словників, критики перекладу тощо. Такі відмінності існують на різних ділянках функціонування мови (вживання мовних елементів у спілкуванні) – комунікативних принципах розподілу інформації в мовленнєвих актах, у вживанні слів (так званих безпосередніх словникових відповідників), у граматиці мовлення (у сполучуваності слів, вживанні їх форм, побудові словосполучень та речень), у наборах (типах та видах) мовленнєвих актів тощо. Взагалі сфера відмінностей мов оригіналу та перекладу залишається мало та нечітко окресленою, що заважає, зокрема, науково обґрунтовано викладати іноземну мову та переклад.

Розгортаючи необхідну підготовку до широкого запровадження вивчення узусів мов студентами-філологами (у тому числі майбутніми перекладачами), потрібно сформувати значну наукову базу знань про узуси іноземних мов та їх подібностей і розбіжностей із узусом рідної мови.

У навчанні узусу іноземної мови перекладачів слід висвітлювати для студентів не тільки особливості, відмінності узусу іноземної мови як цільової порівняно з вихідною мовою, а й подібності та тотожності узусів, оскільки це дозволить студенту швидше та вільніше долати такий узусний бар'єр.

Важливим для якісного забезпечення навчання за спеціалізацією "Переклад" видається поглиблене порівняльне вивчення узусів рідної та іноземної мов. Саме такі дослідження можуть становити важливу частину основи фахової підготовки.

Навчання узусу повинно пронизувати всі професійно орієнтовані мовні дисципліни навчального процесу – починаючи з першого курсу бакалаврату, де викладається іноземна мова? та закінчуючи другим курсом магістратури, де викладаються спеціальні курси. Кожна професійно орієнтована дисципліна має містити суттєвий розділ, присвячений узусам рідної та іноземної мов та їх порівнянню. На старших курсах до програм порівняльних дисциплін повинні також входити розділи про узуси мов. Забезпечити це можуть наукові дослідження як викладачів, так і студентів, що б сформувало уявлення про важливість вивчення узусу для якісної підготовки випускників перекладацьких відділень. Видається доцільним увести узусну підготовку у навчальні плани всіх мовних та перекладацької спеціалізацій спеціальності "Філологія". Через не зовсім достатню дослідженість узусів іноземних мов у країнах їх поширення цей обов'язок повинні на себе взяти викладачі наших вишів, які працюють над підготовкою за цими спеціалізаціями.

Магістранти спеціалізації "художній переклад" повинні більше вивчати художньо-літературний узус іноземної мови для застосування його у перекладах художніх творів, а магістранти спеціалізації "галузевий переклад" мають вдосконалювати свої знання, вміння та навички застосування науково-літературного, технічно-літературного,

юридичного та інших спеціалізованих узусів іноземної мови. Іншими словами, під час навчання студентів різним спеціалізаціям перекладу потрібно значно більше уваги приділяти відповідним видам узусу іноземної мови – ситуативному, соціальному, жанровому, медіумному (що використовується залежно від таких засобів спілкування, як ЗМІ, Інтернет тощо) тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Linder D*. Translating Problems and Translating Difficulties: Tools for Teaching Specialized Translation // https://www.academia.edu/3446703/Translating_Problems_and_Translating_Difficulties_Tools_for_Teaching_Specialized_translation. 2. *Nord C*. Text Analysis in Translation.– Amsterdam: Rhodopi, 1991. – 250 pp. 3. *Языковые и культурные барьеры в переводе* // https://prezi.com/6ee5ylxeag41/presentation/. 4. *Стилистика как речеведение*. М: Флинта-Наука, 2013. – 268 с. 5. *Ерофеева Е.В*. Проблемы социо- и психолингвистики: Сб. ст. / Отв. ред. Ерофеева Т.И.; Перм. ун-т. – Пермь, 2003. – Вып.2. – С. 3–8. 6. *Мещеряков А.С. Косникова А.К.*, О выявлении компонентного состава переводческой компетентности // Среднее профессиональное образование. – №12. – 2011. – С. 5-8. 7. *Миньяр-Белоручев Р.К*. Как стать переводчиком? – М.: Готика, 1999. – 176 с. 8. *Комиссаров В.Н*. Современное переводоведение. – Москва: ЭТС, 2002. – 424 с. 323. 9. *Рут А*. Translation and Language Learning: The role of translation in the teaching of languages in the European Union. A Study // https://www.researchgate.net/publication/258940012_Translation_and_Language_Learning_The_role_of_translation_in_the_teaching_of_languages_in_the_European_Union_A_Study. 10. *Карабан В.І*. Важливість навчання узусу рідної та іноземної мов у підготовці перекладачів та філологів іноземних мов // Мовні і концептуальні картини світу. – Вип. 2 (44). – Київ, 2013. – С. 24-30. 11. *Карабан В.І*. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову. – Вінниця: Нова книга, 2003. – 606 с. 12. *Pariy A., Kunilovskaya M*. Learner vs. Professional Translations into Russian: Lexical Profiles // http://www.dialog-21.ru/media/3467/pariy.pdf. 13. *Вишняускене Д., Лечицкая Ж*. Развитие языковой и переводческой компетенций // Kalbos teorija ir praktika : konferencijos pranešimų tezės, 2009 m. lapkričio 20 d. / Kauno technologijos universitetas. Kalbotyros katedra. Kaunas: Technologija, 2009. p. 76-77.

Карабан В.И., д. филол. н., проф.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

УЗУС КАК БАРЬЕР В ПЕРЕВОДЕ С РОДНОГО НА ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

В статье рассматривается уровень владения узусом целевого иностранного языка как языковой барьер в переводе с украинского языка. Подчеркивается, что узусная компетенция является одним из главных условий достижения адекватности перевода с украинского языка на иностранный язык, поскольку перевод почти всегда осуществляется преимущественно на основе узуса целевого языка. Делается вывод о необходимости осовременивания содержания профессионально ориентированных дисциплин и специальных курсов с целью повышения уровня узусной подготовки будущих переводчиков.

Ключевые слова*: перевод на иностранный язык, переводческий барьер, узусная компетенция, обучение узусу иностранного языка, узусные регулярности.*

Karaban V.I., Doctor of Philology, Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

CUSTOMARY LANGUAGE USAGE AS A BARRIER IN TRANSLATING FROM A NATIVE LANGUAGE INTO A FOREIGN LANGUAGE

The article considers the level of a customary usage command of the foreign target language as a linguistic barrier in translating from Ukrainian. Emphasized is that customary usage competence is one of the major prerequisites for achieving the adequacy of translation, since translation is almost always done largely on the basis of the target language usage. The conclusion is made that it is absolutely necessary to bring up to date the content of professionally oriented disciplines and major courses with a view to improve the level of customary usage competence of would-be translators.

Key words*: translation into a foreign language, translation barrier, customary usage competence, translation into a foreign language, teaching a foreign language usage, usage regularities.*

УДК 81’25:340.113;811’112.2:161.2

Касяненко Д.С., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЮРИДИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД: НІМЕЦЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ ВЕКТОР

У статті досліджено юридичний переклад як окремий вид міжкультурної комунікації в праві. Подано короткий огляд становлення юридичного перекладу на німецькомовних теренах і в Україні, проаналізовано етапи формування, а також ключові принципи функціонування юридичного перекладу, його практичні та теоретичні засади.

Ключові слова: *юридичний переклад, міжкультурна комунікація в праві.*

Незважаючи на те, що останні століття фахівці позначають “добою перекладу” [7, с. 134] і те, що історія фахового перекладу нараховує вже понад 4000 років, у сучасній царині перекладознавства теоретичні засади фахового перекладу, зокрема юридичного перекладу, остаточно ще не досліджено, що визначає ***актуальність*** даної розвідки. Попри те, що право та його інститути з давніх часів були об’єктом досліджень юристів, філософів, політологів, істориків та антропологів, юридичний переклад відносно нещодавно сформувався як новий напрям *міжкультурної комунікації в праві* міждисциплінарного характеру. Враховуючи сучасні умови становлення правових систем більшості країн СНД, а також їх європейський вектор, виникає потреба у перекладі нових юридичних текстів, що пояснює необхідність вивчення теоретичних засад та сутності практичних проблем юридичного перекладу.

Практика перекладу юридичних текстів сягає своїм корінням давньої давнини, про що свідчать збережені до наших днів артефакти, зокрема *Договори про мир між Єгиптом та хетською імперією* (1271 р. до р. Х.) та переклад *зведень цивільного права* (Corpus Iuris Civilis) спочатку грецькою, а з часом іншими мовами. Проте

систематичне вивчення теоретичних засад перекладу юридичних текстів розпочалося лише наприкінці XX ст. і впроваджується сьогодні на засадах перекладознавства, порівняльного правознавства, юридичної лінгвістики, інформатики та інших дисциплін.

Як окремий вид фахового перекладу юридичний переклад почав формуватися в країнах Західної Європи з кінця 80-х на початку 90-х років XX ст.. Особливий вклад у розвиток юридичного перекладу зробили німецькі науковці, розвідки яких вирізнялися прагненням об'єднати здобутки порівняльного перекладознавства і компаративної лінгвістики (У. Даум, Е. Вісманн, Р. Арнтц, Я. Енгберг, Д. Буссе, Р. Мур, Л. Еріксен, Ф. Мюллер, Р. Штольце, С. Поммер, А-Л. К'яер, Г. Брінкманн, Т. Гізберт-Студнікі, С. Курт та ін.). Ключову роль у становленні юридичного перекладу як нового напряму перекладознавства відіграли також наукові здобутки хорватської дослідниці Сьюзен Шарчевич, зокрема „***New Approach to Legal Translation***" 1997 р. [11], а також роботи швейцарського вченого Вальтера Вайсфлога „***Rechtsvergleichung und juristische Übersetzung***" 1996 р. [12] (Порівняльне право та юридичний переклад); розвідки голландського вченого – Жерард-Рене де Грота та його німецького колеги Райнера Шульце, які вперше були опубліковані у збірнику „***Rechtund Übersetzen***" 1999 г. [8] (Право та переклад). Того ж року австрійський науковець Петер Сандріні публікую збірник „***Übersetzenvon Rechtstexten***" [10] (Переклад правничих текстів).

В Україні теоретичними основами юридичного перекладу фахівці почали цікавитися набагато пізніше. Сьогодні в українській науці можна виділити невелику кількість робіт зазначеного напряму, переважно з перекладу англо- та німецькомовних текстів українською мовою. Теоретичні та практичні особливості юридичного перекладу **з англійської мови українською** висвітлюють у своїх розвідках В.І. Карабан[1], Г.П. Апалат, З.Г. Коцюба, А.М. Лящук. Розробкою дидактичних матеріалів для юридичного перекладу з англійської мови українською займаються також В.І. Карабан, Л.М. Черноватий, Ю.П. Іванко, І.П. Липко та ін.. Загальні засади перекладу юридичних текстів з англійської мови досліджують також у свої розвідках Н І. Козак, А.В. Куракін, О.І. Кононов та ін.

Термінологічні та жанрово-стилістичні особливості перекладу з **німецької мови українською** детально досліджують О.А. Шаблій, Б. Шлоер, І.В. Сойко (термінологія адміністративного права ФРН/ України), А. Гриненко (термінологія судової системи України та ФРН), Т.В. Супрун (австрійський варіант німецькомовної термінології права), Д.С. Касяненко (Коробейнікова/ Гавура) (термінологія законодавчих актів ЄС).

Особливої уваги, в контексті перекладу юридичних текстів з німецької мови українською, заслуговує науково-практична діяльність, дидактичні напрацювання, а також професійні зусилля української вченої, професора О.А. Шаблій. Їй, одній із перших в Україні, вдалося систематизувати засади юридичного перекладу з німецької мови українською в її монографіях «Переклад юридичних текстів (на матеріалі правничих термінологічних систем ФРН та України)» 2008 р. [4]; «Німецько-український юридичний переклад: методи, проблеми, перспективи» 2012 р. [5], а також в дисертаціях на здобування звання кандидата наук «Міжмовна термінологічна омонімія як проблема термінографії і перекладу (на матеріалі німецької та української

юридичних терміносистем)» 2002 р. [3] і доктора філологічних наук «Теоретичні та методологічні засади німецько-українського юридичного перекладу» 2013 р. [6].

Завдяки спільній науковій, дидактичній та практичній діяльності, а також прагненню українських правників, лінгвістів та спеціалістів юридичного перекладу, міжкультурна комунікація в праві підіймається в Україні на новий, серйозний рівень, як в плані підготовки молодих спеціалістів на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка, так і в становленні *юридичного перекладу як спеціального виду міжкультурної комунікації*. Приємно констатувати, що в зазначеному напрямі науки в останні роки в Україні по-справжньому активізувалась діяльність міждисциплінарного характеру (лінгвістики та юриспруденції), що сприяє вивченню, розвитку та вдосконаленню теоретичних та практичних засад юридичного перекладу українською мовою. Варто зазначити, на базі юридичного факультету, а також кафедр адміністративного права та іноземних мов КНУ імені Тараса Шевченка, Центра міжкультурної фахової комунікації та гармонізації термінології «Наукового парку Київського університету імені Тараса Шевченка», а також за участю Школи німецького права провідні фахівці галузі проводять семінари з німецько-українського перекладу і міжнародні конференції. Наприклад, з останніх: науково-практична конференція «Європеїзація української юридичної освіти: німецько-український досвід» (21.11.–22.11.2014 р.), круглий стіл за участю українських та іноземних колег, семінари («Німецька мова права та юридичний переклад» 23.10.2014 р.), а також заходи, спрямовані на вдосконалення як лінгвістичних навиків юристів-практиків, так і юридичної компетенції викладачів, лінгвістів, перекладачів у вивченні правової системи ФРН (Літня школа «Право в Німеччині» при Національному університеті «Києво-Могилянська академія», заснованої за участю Гейдельберзького університету, університет м. Майнца та Ягелонського університету сумісно з Німецькою службою академічного обміну (ДААД)).

На думку німецьких науковців, “юридичний переклад – складний вид фахового перекладу” [13, с. 1]. Українські дослідники називають юридичний переклад одним із видів спеціального перекладу і вважають його „одним із аспектів взаємовідносин між сферами права та лінгвістики“ [2, с. 202-203]. У вітчизняній науці під ***юридичним перекладом*** (далі ЮП) розуміють „переклад текстів зі сфери права, що використовуються для обміну юридичною інформацією між людьми, які розмовляють різними мовами“ [там само].

Провідні вчені та практики ЮП наголошують, що **юридичний переклад** – це особливий вид „культурного трансферу“, при якому правовий зміст однієї правої системи і відповідного культурного соціуму переноситься для застосування в іншу правову систему, в інший соціум. При цьому ЮП виконує роль не лише посередника між різними правовими культурами та іншомовними соціумами, а виступає складовою національного і міжнародного права, впливає на розвиток правознавства, сприяє формуванню, розбудові та унормуванню правничої термінології у цільовій мові (далі ЦМ).

Всі дослідники ЮП одноголосно зауважують, що переклад юридичних текстів підпорядковується дещо іншим правилам, ніж переклад фахових текстів інших сфер

[9, с. 64], що зумовлено специфікою самої правничої мови та правничої комунікації. Науковці виокремлюють такі ***ознаки фахової комунікації в праві***: *прескриптивний характер, трансдисциплінарність, плюралістичність адресатів, множинність незалежних комунікативних зв'язків та ситуацій*.

Варто нагадати, що в сучасному правознавстві виділяють таку умовну ***класифікацію основних правових сімей***: романо-германську, англо-саксонську, скандинавську, латиноамериканську, мусульманську, індуську, далекосхідну, звичаєвого права.

На практиці при перекладі юридичних текстів розрізняють два ***типи комунікативних ситуацій*** [10, с. 18], які мають вирішальне значення для ***перекладності/неперекладності*** юридичного змісту вихідного тексту (далі ВТ) мовою перекладу:

(1.) ***передача значення в межах однієї правової системи*** – дослідники вважають, що це ідеальна передумова перекладності ВТ цільовою мовою, завдяки тому, що реципієнти ВТ та цільового тексту (далі ЦТ) володіють однаковим запасом преінформативних знань, проте існує чимало прикладів, які суперечать цьому твердженню.

(2.) ***передача значення з однієї правової системи в іншу***. В даному випадку межі перекладності знаходяться в прямій залежності від ступеню спорідненості національних правових систем. Проблеми перекладності виникають через розбіжності преінформативних знань реципієнтів ВТ та ЦТ.

За таких умов, як про це влучно зазначає Г. Верней, важливим аспектом перекладу юридичних текстів є ***зміна комунікативного суспільства*** [цит. за 12, с. 41], оскільки кожне суспільство керується власною національною системою права, національною правничою мовою та термінологією, відмінними різновидами жанрів юридичних текстів та нормами їх укладання, інтерпретації тощо. Це означає, що реципієнти ВТ та ЦТ по-різному сприймають вихідну інформацію, кожен із позиції національної правової системи держави, громадянином якої вони є, що зумовлює розбіжності на поняттєвому та концептуальному рівнях. Небезпечним у такому разі є **опосередкований переклад** через третю мову, наприклад, якщо текст закону континентально-європейської правової сім'ї спочатку перекладають англійською мовою (яка є основою англо-саксонської правової сім'ї), а потім українською. Тому юридичний переклад вимагає врахування розбіжностей як мовних, так і правових систем.

Важливою складовою юридичного перекладу і надалі залишається узгодженість та розробленість правничих терміносистем задіяних/ робочих мов, що репрезентують наявні нормативні словники української юридичної лексики. В останнє десятиліття в Україні спостерігається певний розквіт словникової справи, але існуючі доробки зосереджуються лише на правничій терміносистемі окремої галузі права. Більшість словників довідникового типу можна вважати лише доповненням до існуючої термінологічної бази юридичної мови. Еталоном термінологічної праці і сьогодні залишається «Юридична енциклопедія». Серед вузькогалузевих юридичних словників необхідно також згадати «Словник-довідник Європейського Союзу» українською мовою.

Щодо перекладних правничих словників, то тут на першому місці, звичайно, *українсько-російські*, або частіше *російсько-українські* юридичні словники, що здається цілком зрозумілим через тривале перебування України під впливом російської мови. На другому місці – українсько-англійські або англо-українські юридичні словники.

На жаль, сучасних німецько-українських юридичних словників іще менше: «Німецько-українсько-російський словник з адміністративного права» (І.В. Сойко, Б. Шлоер), «Російсько-українсько-англо-німецький юридичний словник». Окремо слід відзначити перші спроби видати вузькогалузевий словник з європейського права. Серед перших перекладних словників з'явилися «Право Європейського Союзу: англо-українсько-російський глосарій» І.І. Дахно та багатомовний словник «Англо-французько-німецько-український словник термінології Європейського Союзу».

Проведений аналіз дозволяє констатувати, що в німецько-українському юридичному перекладі поруч із необхідністю подальшого вивчення теоретичних засад молодого фаху існує нестача термінологічних баз даних, в результаті чого спостерігаємо відсутність спеціальних німецько-українських та українсько-німецьких юридичних словників. Таким чином, одним із пріоритетних завдань українського юридичного перекладу залишається сьогодні гармонізація термінологічних систем різних сфер права. Цей процес сприятиме як якості фахового перекладу, у нашому випадку – юридичного, так і розвитку науки про юридичний переклад. Реалізувати зазначене завдання можна лише за співпраці фахівців різних сфер – термінологів, лінгвістів, юристів, перекладачів та ін. фахівців. Взірцевим для нас у цьому контексті може бути досвід європейських колег щодо формування та розробки термінологічних баз даних, електронних словників та термінологічних програм, що визначає вектор подальших розвідок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Карабан В. І.* Переклад англомовної юридичної літератури : навч. посіб. для студ. ВНЗ юрид. спец. та спец. „Переклад“ [ред. Л. М. Черноватий, В. І. Карабан]. – вид. 3-тє, випр. і доп. – Вінниця : Нова книга, 2006. – 655 с. 2. *Правнича лінгвістика* : навч. посіб. / Г. П. Проценко, Л. М. Шестопалова, О. Ф. Прохоренко [та ін.] ; за заг. ред. С. М. Гусарова. – К. : ПАЛИВОДА А. В., 2010. – 312 с. 3. *Шаблій О.А.* Міжмовна термінологічна омонімія як проблема термінографії перекладу (на матеріалі німецької та української юридичних терміносистем) : дис... канд. філол. наук : 10.02.16. / О.А. Шаблій ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ, 2002. – 254 с. 4. *Шаблій О.А.* Переклад юридичних текстів (на матеріалі правничих термінологічних систем ФРН та України). Навч. посібник./ О.А. Шаблій. Київ ВЦ «Київський університет». 2008. – 247 с. 5. *Шаблій О.А.* Німецько-український юридичний переклад: методологія, проблеми, перспективи : [монографія] / О.А. Шаблій. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2012. – 320 с. 6. *Шаблій О.А.* Теоретичні засади і методика німецько-українського юридичного перекладу : дис ... д-ра філол. наук. / О.А. Шаблій ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ, 2013.– 540 с. 7. *Fluck H.-R.* Fachsprache : Einführung und Bibliographie. / H.-R. Fluck. – 5., überarb. und erw. Auflage. – Thübingen ; Basel : A. Francke, 1996. – 361 S. 8. *Groot G.R.* Recht und Übersetzen / (Hrsg.) G.-R. de Groot, R. Schulze. Baden-Baden – Nomos. 1999. – 423 S. 9. *Kjær A.L.* Überlegungen zum Verhältnis von Sprache und Recht bei der Übersetzung von Rechtstexten der Europäischen Union / A.L. Kjaer // Übersetzen von Rechtstexten. Fachkommunikation im Spannungsfeld zwischen Rechtsordnung und Sprache. [Hrsg. Peter Sandrini]. – Tübingen : Narr, 1999. – S. 63-79. 10. *Sandrini P.* Übersetzen von Rechtstexten. Fachkommunikation im Spannungsfeld zwischen Rechtsordnung und Sprache. [Hrsg. Peter Sandrini]. – Tübingen : Narr, 1999. – 303 S. 11. *Šarčević S.* New Approach to Legal Translation. / S. *Šarčević.* – The Hague : Kluwer Law International. 1997. – 308 P.; 12. *Weisflog*

W.E. Rechtsvergleichung und juristische Übersetzung. Eine interdisziplinäre Studie / W.E. *Weisflog*. – Zürich : Schulthess Polygraphischer Verlag. 1996. – 202 S.; 13. *Wiesmann E.* Rechtsübersetzung und Hilfsmittel zur Translation: wissenschaftliche Grundlagen und computergestützte Umsetzung eines lexikographischen Konzepts. / E. Wiesmann. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 2004. – Bd. 65. – 485 S.

Касяненко Д.С., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЕРЕВОД: НЕМЕЦКО-УКРАИНСКИЙ ВЕКТОР

В статье исследуется юридический перевод как отдельный вид межкультурной коммуникации в праве. Приводится краткий обзор становления юридического перевода в немецкоязычных странах и в Украине, проанализированы этапы формирования, а также ключевые принципы существования юридического перевода, его практические и теоретические основы.

Ключевые слова: *юридический перевод, межкультурная коммуникация в праве.*

Kasianenko D.S., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LEGAL TRANSLATION: GERMAN-UKRAINIAN DIRECTION

This article covers research of the legal translation as special type of intercultural communication in the law. A brief overview of the legal translation establishment in German-speaking countries and in Ukraine is provided; the stages of formation, as well as the key principles of the legal translation existence, its practical and theoretical foundations were analyzed.

Keywords*: legal translation, intercultural legal communication.*

УДК 811.14/.16’37

Клименко Н.Ф., д. філол. н., проф., член-кор. НАН України
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МІЖМОВНА КОМУНІКАЦІЯ І ПРОЦЕСИ СЕМАНТИЧНОЇ ІНТЕРФЕРЕНЦІЇ В ДОБУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Семантична інтерференція давно перетнула межі двомовності і розглядається в контексті міжмовного спілкування, полегшеного в наш час інтернет-комунікацією. Особливо чітко вона виявляється в терміносистемах, яким властиві схожі тенденції розвитку наук, їхньої систематики. У лексиконах формуються подібні за темами семантичні простори (семіохори) та об’єднання термінів, відбувається нова стратифікація лексики за допомогою нових словотвірних гнізд, композитоугруповань, темогнізд, яку показано в статті на матеріалі сучасної біологічної термінології.

Ключові слова*: семантична інтерференція, словотвірне гніздо, композитоугрупування, темогніздо, семіохор, мова-донор, ксенізація лексиконів.*

Традиційно інтерференцію визначають як взаємодію мовних систем при двомовності, що виникає під час мовних контактів або при індивідуальному засвоєнні нерідної мови [Ткаченко 2007, с. 325–226]. Вона виявляється як іншомовний вплив у мовленні людини, що володіє двома мовами, як відхилення від норми і системи в другій мові під впливом рідної мови [Вайнрайх 1979, Жлуктенко 1966].

Ці впливи простежуються на всіх рівнях мовної системи і є відхиленням від норми і помилками у використанні граматичних форм, лексичних одиниць тощо. Згодом дослідники звернули особливу увагу на семантичну інтерференцію, що характерна взагалі для міжмовного спілкування і знаходить свій прояв насамперед у лексиці, особливо в термінології – у запозиченнях, формуванні спільного фонду лексики і фразеології, отже інтернаціоналізмів, у прихованих (перифрастичних) формах засвоєння семантики. Це з'ясовується в докладному аналізі переформування лексики, нової її стратифікації [Жлуктенко 1964, Семчинський 1974, Скороходько 1983].

У терміносистемах окреслюються паралелізми їхньої семантики, зумовлюваної розвитком науково-технічного прогресу, швидким обміном інформації через електронні засоби, усно-писемною формою спілкування через інтернет. У різних мовах формуються схожі семантичні угруповання лексики різного ступеня абстракції під впливом мови-донора (у часи глобалізації це англійська), формуються подібні семантичні простори лексики, які можемо назвати семіохорами, інакше семантичними полями, просторами. Ці угруповання термінів, об'єднаних спільністю тематики, базою яких є їхня схожа систематика. Вона виражається подібними способами оформлення їх мовними засобами.

Термін семіохори можна розглядати за аналогією до біологічних термінів, що зорієнтовані на підкреслення місця і способів поширення явища: автохор, алохор, антропохор, біохор, геміанемохор та ін. У нашому випадку він передбачає охоплення схожою семантикою певного угруповання термінів. Він допоможе окреслити форми нової стратифікації лексики, що звільняються під впливом наукового прогресу і соціодинаміки. Адже в цьому випадку важлива систематизація термінів метамови опису.

Міжмовні впливи в добу глобалізації сприяють швидкому формуванню інтернаціоналізмів, виникненню нових словотвірних гнізд від запозичень й поповненню вже існуючих гнізд. Більшості з них властиве численне лексичне наповнення, що реалізоване їхніми композитами та юкстапозитами. Виникають потужні композитоугруповання з тотожними першими та другими (останніми в слові) основами. Перші уточнюють другі основи складних слів аспектуально, другі виконують роль ідентифікаторів.

Ксенізація лексиконів мов, тобто поповнення їх запозиченнями, кальками, напівкальками, перифразами супроводжується розширенням меж афіксального словотворення, а також розвитком аналітичного словотворення (композиції, юкстапозиції, абревіації), активністю творення об'єднань розчленованих номінацій – словотворень, що групуються навколо стрижневих слів – вершин темогнізд. Паралельно активізують себе лексико-словотвірні категорії, котрі групують слова зі спільними основами та афіксами, що виражають ті ж самі категоріальні значення, наприклад, темпоральності:

ранньопалеолітичний, ранньокам'яновугільний, післячорнобильський, передлялечка, післязародковий, постембріональний; локативності: *верхньощелепний – нижньощелепний, надбрівний, надгортанний, надхвістя – підхвістя, надчерв'я – підчерв'я, передшлунок*.

Подібність систематики термінологічних підсистем веде до утворення семантично схожих об'єднань одиниць різних способів словотворення, які називаємо семіохорами – семантичними просторами, радіус поширення значень яких розповсюджується на одиниці різної будови. У них діють семантичні категорії – варіанти, що можуть реалізуватися словами, словосполученнями, певними клішованими формулами тлумачення.

Унаочнимо це твердження кількома прикладами. У фізиці та біології, здебільшого в тому розділі, де йдеться про генетику, існують терміни *ядро, ядерце,* а також запозичені, співвідносні з цими словами за значенням одиниці з основами *нуклео-* (від латинського *nucleus* – ядро) та *каріо-* (від грец. *κάρυο* – ядро, горіх). Семіохор, упорядкований цими словами, а також використовуваними в їхніх поясненнях лексемами *тільце, клітина, органела, речовина*, досить численний. Усі ці одиниці в той чи інший спосіб пов'язані з поняттям *клітина* (рослинна або тваринна), з її будовою, головну роль у якій відіграє *ядро.* Це клітинна органела, яка містить хромосоми, *ядерце, ядерний сік, ядерну оболонку*. Вона життєздатна тільки в протоплазмі і є найважливішим носієм спадковості.

Ядерце – рос. *ядрышко*, англ. *nucleolus* – це дрібне високоорганізоване кулеподібне тільце всередині клітинного ядра, що не має мембранної оболонки. І *ядро*, і *ядерце*, хоча й частотні в текстах з генетики, не стали вершинними в словотвірних гніздах із значним лексичним наповненням. Цю роль взяли на себе у східнослов'янських мовах запозичені з англійської мови слова, карбовані з грецького та латинського матеріалу.

У гнізді слів з основою *нуклео-* – нечисленні афіксальні похідні слова, що називають вміст ядра та органічні сполуки клітини, різні речовини: *нуклеїд, нуклеїн, нуклеон, нуклеоль* (синонім іменника *ядерце*), *нуклеоди*. Їх доповнюють прикметниками *нуклеарний, нуклеїновий*. Переважну більшість одиниць у цьому гнізді становлять композити, отже, в семіохорі існують композитні угруповання: *нуклеодезми, нуклеоїд, нуклеонема, нуклеоплазма, нуклеопротеїди, нуклепротеїн, нуклеосома, нуклеотип*, а також телескопічне утворення *нуклеоніка*.

Гніздо зі слів з основою *каріо-* апелює переважно до назв процесів, що відбуваються у клітинному ядрі або з ним і які названо композитами: *каріогамія, каріогенез, каріокінез, каріорексис, каріоплазмагамія, каріохолоз*. Серед слів нечисленні назви речовин: *каріотин*, живих організмів: *каріогени, каріолімфа, еукаріоти*, абстрактні іменники – найменування ознак: *каріотип*, розділів науки: *каріологія, каріосистематика, каріотаксономія*. У цьому гнізді поодинокі прості афіксальні слова на зразок *прокаріоти* (англ. *procaryotes*) – організми, які не мають сформованого клітинного ядра (віруси, бактерії, синьозелені водорості).

Як бачимо, ці два гнізда по-різному характеризують клітинне ядро, семантично доповнюючи одне одного. У них переважають композитооб'єднання і відсутні численні темогнізда розчленованих номінацій. Цю функцію перебирають на себе

темогнізда з питомим іменником *ядро*, що об'єднує прикметниково-іменникові словосполучення: *ядро вегетативне, вторинне, генеративне, диплоїдне, інтерфазне, клітинне, реституційне*, та сполучення іменника *ядро* в називному відмінку з іменником у родовому відмінку: *ядро деревини, зиготи, насінини* або функцію: *ядро розщеплення, дроблення*.

Так само прикметник ядерний стає аспектним атрибутом у темогніздах *ядерна оболонка, плазма* (*каріоплазма*), *сітка* (вона ж *хроматинова*) та *ядерний сік*.

У новогрецькій мові центром розгляданого семіохора є питомий багатозначний іменник *ο πυρήνας* – ядро, кісточка, зернятко плоду. Грецькі етимологи, розглядаючи родовід цього іменника, пишуть, що він існував уже в давньогрецькій мові. Первісне значення слова *πυρήν* – саме «насінина, зернятко», тобто *κουκούτσι*. Його форма *πυρός* мала значення *σιτάρι* (пшениця).

У тлумачних словниках грецької мови в статті *πυρήνας* на першому місці подають значення ботанічне: зернина, кісточка м'ясистих плодів, тобто сперма рослини, оточена перикарпієм, отже стінкою плоду в рослини, що оточує насіння. По-українському він *оплодень*. Словник Е. Кріараса подає його друге значення, що теж є біологічним – найважливіший компонент рослинної чи тваринної клітини, що розташований приблизно в її центрі. Далі йдуть значення геологічно-астрологічне – центр небесного тіла (комети, Сонця, Землі) та фізичне – ядро атома. Тільки п'ятий лексико-граматичний варіант іменника *πυρήνας* описує переносні значення, що підкреслюють центральну роль якихось подій, групи осіб у громадських організаціях тощо [Κριαράς 1994, с. 1182].

Так само розгорнуто структуру статей прикметника *ядерний* – *πυρηνικός*. Він бере активну участь у творенні темогнізд. На перші два місця в ньому винесені спеціальні значення 1) який стосується ядра атома: *πυρηνική ενέργεια* – атомна енергія, *πυρηνική φυσική* – атомна (ядерна) фізика, *πυρηνικός αντιδραστήρας* – ядерний реактор, *πυρηνικά όπλα* – атомна зброя; а також *πυρηνική μεμβράνη* – ядерна мембрана (клітини).

У реєстрах засвідчено композитний прикметник *πυρηνοκίνητος*: *πυρηνοκίνητο υποβρύχιο* – підводний атомний човен, а також *πυρηνοειδής* (= *πυρηνώδης*) – плід з ядром (яблука, груші тощо).

У новогрецькій та східнослов'янських мовах простежується лексичний паралелізм слів *πυρηνίσκος* та *ядерце*. Обидва вони утворені за допомогою зменшувальних суфіксів *-ισκ(ος)* та *-ц(е)*.

У новішому тлумачному словнику Г. Бабінйотиса додано ще нові розчленовані номінації, наприклад *πυρηνική οικογένεια*, що у французькій та східнослов'янских мовах перекладається як «нуклеарна сім'я», тобто з прикметником *nucléaire* від лат. *nucleus*. Це родина, що складається з двох дорослих членів протилежної статі та дітей, які перебувають на їхньому утриманні. Наявна ще одна семантична паралель – це іменники, утворювані в зіставлюваних мовах різними способами, але з тотожною семантикою. У грецькій субстантивується прикметник *πυρηνικός* шляхом додавання артиклів *ο/η* до прикметника *πυρηνικός* і ускладнення його ще одним субстантивованим прикметником *φυσικός*. Ідеться про вченого фізика-ядерника. У

східнослов'янських цей іменник є наслідком юкстапозиції, що використовує запозичений іменник *фізик*.

Новогрецька послідовніше, ніж східнослов'янські мови, вдається до питомих засобів вираження значення найменшого, але найважливішого з погляду будови усього живого і неживого світу – *ядра* в клітині. Це підтверджують також інші приклади з цього семіохора.

Анатомічний термін *нуклеїн* (від лат. *nucleus*) в новогрецькій перекладено калькою *πυρηνίνη*. Замість викарбуваного в англійській мові з грецького матеріалу терміна *caryolysis*, що запозичений східнослов'янськими як *каріолізис*, греки використовують η *πυρηνολυσία*.

Отож, семіохор з полісемічним іменником *ядро* за посередництва англійської мови впорядковано з погляду систематики біології (в асоціативному полі ядра клітини) та фізики (в полі ядра атома) схожими, але й відмінними способами. Східнослов'янські мови вдаються у цьому випадку до розгалужених композитоугруповань, які ґрунтуються на використанні двох запозичених основ *каріо-* (грець. *κάρυο*) та *нуклео-* (лат. *nucleus*). У зіставлюваних мовах центром цього семіохора є іменник *ядро*, прикметник *ядерний* є активною одиницею творення розчленованих номінацій, особливо з лексико-семантичним варіантом, орієнтованим на фізико-хімічні значення, на зразок *ядерна держава*.

Новогрецька мова в цих випадках оперує терміном *πυρήνας*, в описі семантики якого в словниках використано терміни *σφαιρικό σωμάτιο* – кулеподібне тільце, *το κέντρο* – центр, *το εσωτερικό όλων των κυττάρων* – внутрішня оболонка всіх клітин, що відділена від цитоплазми (*κυτταροπλάσμα*) подвійною мембраною (*μεμβράνη*).

У переносних значеннях у східнослов'янських мовах використовується іменник *ядро*, *центр* громадських організацій, *центр* подій, основна *комірка* суспільства, рос. *ячейка общества*. У новогрецькій іменникам відповідають еквіваленти, пов'язані з іменником *πυρήνας*.

Слова з основою *καρυο-* (від *κάρυο* – горіх, ядро) у грецькій співвідносні зі словом *κουκούτσι* – зерно, кісточка в плодах. Цих слів значно менше, ніж тих, що співвідносні з іменником *πυρήνας*, хоча родовід *κάρυο* теж дуже давній. Його етимологія, гіпотетично виведена з індоєвропейської основи *kar, пов'язаної зі значеннями *σκληρός, τραχύς* – твердий, шершавий, перен. грубий. Сфера використання цих слів у сучасній грецькій переорієнтована на інші семіохори.

Аналіз біологічної термінології в семіохорах з центральними іменниками *ядро, πυρήνας* засвідчує подібність систематики окремих галузей знання у різних мовах, реалізованої засобами кожної мови. Разом із тим він вимагає докладнішого розгляду шляхів розвитку терміносистем, опрацювання нових категорій і мовних способів упорядкування одиниць, схожих за семантикою у терміносистемах різних мов.

За всієї подібності процесів формування семантичних просторів тих самих тем (семіохор) кожна мова зберігає свій «почерк» засвоєння лексики та групування її в терміносистемах. У добу глобалізації семантична інтерференція, що є наслідком міжмовної комунікації, розвивається пришвидшеними темпами внаслідок глобалізації інформаційного простору. Чітко вона простежується в науковій термінології, коли

оновлюються наукові теорії, виникають нові, ускладнюються методи дослідження і опису явищ, які стають надбанням науковців і всього суспільства.

Пошук функціональної подібності наукової систематики в окремих галузях знання вимагає функційного аналізу різних ділянок мовної системи, їхньої налаштованості на вираження нової стратифікації лексики, зокрема термінів. У стратифікації багатьох ділянок фізики, хімії, біології, ботаніки, соціології важливу роль відіграє окреслення будови найменшої, але найважливішої одиниці живої природи, що становить основу органічної матерії. Це клітина в рослинних і тваринних організмах з її ядром, що має свій аналог у неживій природі, де є атомне ядро, і сім'я як основна комірка, частина суспільного буття людини, його організації. Усі ці випадки зорієнтовані на підкреслення центральності поняття ядра і знаходять словесне вираження у терміносистемах мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вайнрайх У.* Языковые контакты: состояние и проблемы исследования. – К.,1979. 2. *Жлуктенко Ю.О.* Українсько-англійські міжмовні контакти. – К., 1964. 3. *Жлуктенко Ю.О.* Мовні контакти. – К., 1966. 4. *Семчинський С.В.* Семантична інтерференція мов (на матеріалі слов'яно-східнороманських мовних контактів) – К.: Вища школа, 1974. 5. *Семчинський С.В.* Лінгвістичні аспекти двомовності. – К.: Либідь, 1974. 6. *Скороходько Э.Ф.* Семантические сети и автоматическая обработка текста. – К.: Наук. думка, 1983. 7. *Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В.* Общая терминология: вопросы теории. – 6-е изд. – М.: Либроком, 2012. 8. *Ткаченко О.Б.* Інтерференція // Енциклопедія «Українська мова». – К.: Укр. енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2007.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. *Словник* української біологічної термінології. – К.: ТОВ «КММ». – 2012. 10. *Словник* української мови. Т. 1 – 10. – К.: Наук. думка, 1970–1980. 11. *Κριαράς Ε.* Λεξικό της σύγχρονης ελληνικής δημοτικής γλώσσας. – Αθηνα: Εκδοτική Αθηνών ΑΕ, 1995. 12. *Μπαμπινιώτης Γ.* Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας. – Αθήνα: Κέντρο λεξικολογίας, 2005.

Клименко Н.Ф., д. филол. н., проф., член-кор. НАН Украины,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРОЦЕССЫ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ИНТЕРФЕРЕНЦИИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Семантическая интерференция давно перешагнула пределы двуязычия и рассматривается в контексте межъязыковой коммуникации, ставшей возможной благодаря интернету. Особенно чётко она прослеживается в терминосистемах, которым свойственны похожие тенденции развития наук, их систематики. В лексиконах формируются близкие по темам семантические пространства (семиохоры), объединения терминов, происходит новая стратификация лексики при помощи новых словообразовательных гнёзд, композитоформирований, темогнёзд, показанная в статье на материале современной биологической терминологии.

Ключевые слова*: семантическая интерференция, словообразовательное гнездо, композитоформирование, темогнездо, семиохор, язык-донор, ксенизация лексиконов.*

Klymenko N.F., Doctor of Philology, Professor, Corresponding Member of the National Academy of Sciences of Ukraine
Taras Shevchenko National University of Kyiv

INTERLANGUAGE COMMUNICATION AND PROCESSES OF SEMANTIC INTERFERENCE IN THE EPOCH OF GLOBALIZATION

Semantic interference has long crossed the line of bilingualism and is viewed in the context of communication between many languages, enabled due to the Internet. It is particularly distinctive in terminological systems with similar tendencies in their development, their systematics. In lexicons, semantic fields with related meanings (semiochores) are being formed, so are term clusters, new stratification of word stock is being held by means of new families of words, composite formations, term families. The research is conducted on the material of modern biological terminology.

Keywords: *semantic interference, family of words, composite formation, term family, semiochore, donor language, xenization of lexicons.*

УДК 81’373.21

Кліментова О.В., старший лаборант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРИФЕРІЙНА ЗОНА ХОРОНІМІВ-КОНЦЕПТІВ *УКРАЇНА, ФРАНЦІЯ* ТА *АНГЛІЯ*: КОНОТАТИВНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ)

У статті проаналізовано основні реакції студентів кафедр сучасної української мови, французької філології та англійської філології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка на хороніми-концепти Україна, Франція та Англія. Аналіз проводився на основі найчастотніших реакцій, у результаті чого були виділені як загальні, так і конотативні асоціації.

Ключові слова*: хоронім, концепт, реакція, асоціація, асоціативний експеримент, конотація, Україна, Франція, Англія.*

Вивчення як концептів, так і топонімів-концептів зокрема, у вітчизняному, російському й зарубіжному мовознавстві розпочалося відносно недавно. Початком досліджень у сфері концептології вважаються 30-ті роки XX століття. За цей час одним із основних, і досі невирішених завдань, є трактування поняття «концепт». Складність полягає у тому, що зазначений термін не належить до суто лінгвістичної науки й належить до термінологічної системи багатьох дисциплін, зокрема таких як соціо- та психолінгвістика.

Основні дослідження у сфері ономастики та концептології були здійснені І.М. Желєзняк, І.О. Голубовською, В.Г. Скляренком, Т.В. Радзієвською, В.В. Лучиком, Н.В. Ніколаєвою, З.Д. Поповою, І.А. Стерніним, Л. Депекерком, М.-Н. Гарі-Прієром, В. Еванс та ін.

Новизна дослідження полягає у вивченні топонімів-концептів **Україна**, **Франція** та **Англія** через призму асоціативного експерименту, виділивши в асоціативних полях загальні та конотативні реакції.

Метою статті є аналіз того, які саме реакції на хороніми-концепти **Україна**, **Франція** та **Англія** можуть бути конотативними й у яких ситуаціях. У дослідженні основним методом аналізу топонімів-концептів **Україна**, **Франція** та **Англія** був метод асоціативного (психолінгвістичного) експерименту.

Матеріалом дослідження статті є конотативні значення хоронімів-концептів **Україна**, **Франція** та **Англія** серед наведених у результаті проведеного психолінгвістичного експерименту асоціацій. Цей експеримент як метод дослідження топонімів-концептів є основою ближньої периферії польової структури концептів.

До ближньої периферії як однієї із зон польової структури топонімів-концептів В.А. Ніколаєва пропонує зараховувати асоціативи, подані у словникових статтях асоціативних словників, а також «реакції на слова-стимули, отримані в результаті проведеного психолінгвістичного експерименту» [Николаева, с. 6]. Зважаючи на такий підхід, основним матеріалом для аналізу стають саме результати асоціативного експерименту.

Утворені внаслідок психолінгвістичного експерименту ряди є основою для дослідження конотативного аспекту топонімів-концептів. Відповідно до цього вітчизняний дослідник Р.І. Стефурак стверджує, що проблема системної конотонімії торкається, з одного боку, форм і законів універсуму, а з іншого – форм і законів їх сприймання людиною. На засадах когнітивної ономастики сьогодні доведена ефективність апелювання до людської свідомості, що видно на основі проведеного психолінгвістичного (асоціативного) експерименту, в якій поєднуються мовні та позамовні чинники, наприклад, умови життя людини, професія, стать, освіта, вік, культурний рівень носія мови [Стефурак, с. 5].

На думку французьких дослідників, зокрема М.-Н. Гарі-Прієра, «відсутність конотації» автоматично сприймається як «відсутність значення» [Gary-Prieur, c. 17]. Загалом же французькі мовознавці називають конотацію елементом значення, який виникає між певним виразом та контекстом його вживання [Gary-Prieur, c. 52]. Інший французький дослідник С. Кербрат-Оречіоні стверджує, що ***конотація*** слугує для того, щоб розв'язати більш складну проблему зміни значення слова [Kerbrat-Orecchioni, c. 21].

Французькі мовознавці виділяють три моделі розуміння власних назв, а саме: 1) деномінаційне розуміння, яке базується виключно на змісті власної назви; 2) ідентифікуюче розуміння, основою якого є власне значення власної назви, а також розуміння того, як він співвідноситься з референтом; 3) предикативне розуміння, тобто таке, що пов'язане зі значенням і змістом власної назви [Gary-Prieur, c. 58 – 60]. Відштовхуючись від цього, отримані в результаті асоціативного експерименту асоціації відповідають ідентифікуючим та предикативним розумінням конотації.

Асоціативний експеримент було проведено зі студентами кафедр сучасної української мови, французької філології та англійської філології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. У багатьох

асоціативних рядах до хороніма-концепта **Україна** *наявні такі асоціації (всього їх 2287) як:* **Батьківщина** *(53),* **АТО** *(10),* **Майдан** *(49),* **війна** *(28). Також наводять асоціації, що відображають реальність нашої країни і, навіть, ставлення до сусідньої держави:* **Росія** *(2),* **Донбас** *(5),* **кров** *(1),* **кордон** *(1),* **ПТН-ПНХ** *(3). Такі асоціації є конотативними, оскільки почали входити до асоціативних полів лише після певних історичних подій як додаткові значення топоніма-концепта* **Україна**. *Загалом стосовно хороніма* **Україна** *переважають реакції, пов'язані з сьогоденням країни (***війна** *(28),* **Майдан** *(49),* **незалежність** *(37),* **революція** *(24)), її культурою (***Шевченко** *(27),* **вишиванка** *(58),* **Батьківщина** *(53),* **рушник** *(15),* **козак** *(28),* **вінок** *(14),* **жовто-синій прапор** *(8),* **борщ** *(32)).*

За нашими спостереженнями конотативними можуть бути не лише такі реакції, як **війна** *(28),* **АТО** *(10),* **революція** *(24) та інші, а й звичні для українців асоціації. Такий їх аспект проявляється у тому, що вони є характерними для одних асоціативних рядів і повністю відсутні у інших. Прикладом цього є така реакція як* **Шевченко** *(15 та 13 відповідно), яка присутня в асоціативному полі студентів кафедр французької та англійської філології й розташована на початку й усередині списку відповідно, проте відсутня в асоціативному полі студентів кафедри сучасної української мови. Такий розподіл асоціацій, особливо останньої, дивний, оскільки для українців і, відповідно, тих, для кого українська мова є основною спеціальністю, Т. Шевченко є ключовою постаттю культури українського народу. А от реакція* **Київ** *(14, 11 та 13 відповідно) як столиця України присутня в асоціативних полях, наведених студентами усіх трьох кафедр.*

У наведеному переліку найчастотніших асоціацій до головного топоніма країни поруч стоять такі топоніми, як **Київ** *і* **Майдан**, *а також апелятиви* **війна** *й* **патріотизм**. *Останні є конотативними, оскільки актуалізувалися лише в останні роки й символізують волю та боротьбу за самоідентифікацію, право голосу, незалежність в усіх значеннях цього слова. У зв'язку з цим варто зауважити, що хоча* **Майдан**, *на перший погляд, є лише урбанонімом, проте він часто уживається у значенні «окремої демократичної республіки». Про це свідчать не лише результати асоціативного експерименту, а й аналіз текстів художньої літератури, присвячених* **Україні**. *При чому в останніх така особливість цього урбаноніма простежується найяскравіше (***Україна** скучила за тобою. **Майдан** – це простір, де вона себе зустріла *[Костенко, 399].* **Він** тепер, як велике серце Києва – гуготить, пульсує, б'ється у ритмі барабанів Революції *[Костенко, с. 392]). У наведеному прикладі урбанонім* **Майдан** *замінено особовим займенником.*

Таким чином, мовна картина світу **України** *формується головним чином на патріотичному піднесенні нашої країни, яке формується як через загальні, так і конотативні значення. Щодо мовної картини світу* **Франції**, *то вона базується переважно на згадці про історичне минуле країни. Мовна картина світу* **Англії** *створюється на базі як історії країни, так і стереотипних уявлень про цю країну. Психолінгвістичний аналіз хоронімів-концептів на основі формування асоціативних рядів дає можливість проаналізувати й порівняти картини світу* **України**, **Франції** *та* **Англії** *через призму світосприйняття студентів. Для прикладу, хоронім-концепт* **Україна** *у свідомості представників різних кафедр має різне асоціативне наповнення*

Якщо реакція **Майдан**, **вишиванка**, **Батьківщина**, **борщ**, **Київ**, **незалежність** *наведені як студентами-україністами, так і студентами-франкофонами та студентами-англійцями, то такі реакції, як* **Шевченко**, **воля**, **родина,** *присутні лише в асоціативних рядах студентів кафедр французької та англійської філології. Інший асоціативний ряд, до якого входять такі реакції, як* **сало**, **козак**, **Львів**, *утворений представниками кафедр сучасної української мови й французької філології. При цьому в асоціативних рядах виділяються асоціації, наведені студентами лише кафедри сучасної української мови, а саме* **Дніпро**, **пшениця**, **свобода**. *Такі асоціації є одиничними, а тому можуть уважатися конотативними.*

Спільними реакціями для студентів кафедр французької та англійської філології є **воля** *й* **родина**. *Індивідуальний асоціативний ряд студентів-україністів складається із згаданих асоціацій* **Дніпро**, **пшениця**, **свобода** *й за кількістю наближається до індивідуального ряду асоціацій студентів, що вивчають французьку мову. Так само, як і в ряді студентів-україністів, у студентів-франкофонів можна виділити індивідуально їхні асоціації, до яких належать:* **боротьба**, **вареники**, **єдність**, **жовто-синій прапор**, **пісня**, **Карпати**, **вінок**, **Крим** *і які також можна віднести до конотативних.*

Ряд індивідуальних асоціацій у студентів-англійців, порівняно з «французами», дещо вужчий і включає в себе такі індивідуальні реакції на топонім **Україна,** *як* **прапор** *та* **революція.** *У асоціативних полях наявні як індивідуальні, так і спільні реакції. Спільними для студентів трьох кафедр є асоціації, пов'язані з недавніми подіями в Україні (***вишиванка**, **патріотизм**, **Київ**, **Майдан**, **Батьківщина***), а також ті, що відображають особливості культури нашої країни (***вишиванка**, **борщ***). Такі асоціації також можуть уважатися конотативними, оскільки присутні виключно в асоціативних рядах хороніма-концепта* **Україна** *й не можуть бути використані по відношенню до інших країн.*

Щодо асоціацій **війна** *і* **Крим**, *які присутні в «асоціативних полях» студентів кафедр сучасної української мови та французької філології, то їх, зважаючи на події останніх років в Україні, можна вважати синонімічними. Хоча, з іншого боку, якщо у свідомості мовців поняття* **війна** *асоціюється з вогнепальною зброєю, військовою технікою і знищенням, то поняття* **Крим** *у такому випадку більше розкриває суть терміна «холодна війна». Якщо ж проаналізувати ці поняття з позиції соціології та історії, то побачимо багато спільного. По-перше, і у звичайній* **війні**, *і в* **Криму** *страждають люди, і там, і там мало робиться для їх порятунку. І в розумінні поняття* **війна**, *і в сприйнятті Криму прямо чи опосередковано відображаються людські страждання. І в обох випадках це насамперед страждання моральні.*

Для асоціативних рядів хороніма-концепта **Франція** *основними реакціями студентів кафедри французької філології є асоціації, пов'язані з «класичним» уявленням про країну (***Париж** *(17),* **мода** *(16),* **сир** *(14),* **вино** *(18),* **круасани** *(15),* **Лувр** *(11)). Асоціативне поле студентів кафедри англійської філології теж базується на такому ж типі асоціацій, що й у студентів кафедри французької філології, але є дещо ширшим (***Ейфелева вежа** *(32),* **круасан** *(8),* **кафе** *(5),* **Лувр** *(13),* **вишуканість** *(5),* **кохання** *(7),* **Прованс** *(7),* **сир** *(5),* **романтика** *(12),* **парфуми** *(11),* **вино** *(9)).*

*Асоціативний ряд у студентів кафедри Сучасної української мови акумулює в собі вищенаведені асоціації (***мода** *(20),* **Єлисейські поля** *(10),* **круасани** *(12),* **Париж** *(38),* **вино** *(16),* **Прованс** *(10),* **романтика** *(13),* **парфуми** *(15),* **Лувр** *(11)).*

Деякі асоціації до хороніма-концепта **Франція** *базуються на відомих антропонімах цієї країни (***Коко Шанель**, **Франсув Оланд**, **Джо Дассен***), власних відчуттях і сприйнятті країни. Для цього хороніма такі антропонімні асоціації також є конотативними, оскільки розширюють/поглиблюють знання про країну. Окрім цього, такий характер реакцій є одиничним і не повторюється для жодного іншого хороніма-концепта. Такі асоціації спостерігаються також у асоціативних рядах до хоронімів-концептів* **Україна** *та* **Англія**. *Проте вони є вужчими, аніж вищенаведені. Утворюючи асоціативні ряди до хоронімів-концептів* **Україна**, **Франція** *та* **Англія**, *студенти кафедри французької філології, окрім традиційних асоціацій, увели також і відомих особистостей для кожної з трьох країн (***Едіт Піаф**, **Шерлок Холмс**, **Шекспір**, **Шевченко** *та* **Гаррі Поттер***).*

У наведених асоціативних рядах до хороніма-концепта **Франція** *значну кількість становлять спільні для реципієнтів трьох кафедр асоціації. До таких належать:* **Ейфелева вежа**, **Прованс**, **мода**, **круасани**, **Лувр**, **романтика**. *Окрім цього, можна виокремити асоціації, притаманні представникам лише двох кафедр. Наприклад, спільними для студентів кафедр сучасної української мови й французької філології є такі асоціації, як* **сир** *та* **Прованс**. *А от для студентів, що вивчають французьку та англійську мови, спільною є лише одна асоціація –* **жаби**. *Для студентів, що вивчають українську та англійську мови об'єднуючою є асоціація* **парфуми**.

Окрім спільних, можна виділити також індивідуальні асоціації. Для представників кафедри сучасної української мови характерними для хороніма-концепта **Франція** *є такі асоціації, як* **Єлисейські поля**, **кохання** *та* **шампанське**, *які відсутні в асоціативних рядах студентів кафедри французької філології. Натомість, у асоціативних полях представників цієї кафедри наявні асоціації, що відсутні у рядах представників кафедри сучасної української мови, а саме* **Едіт Піаф**, **берет**, **революція**, **свобода**. *При цьому дві останні асоціації перетинаються з індивідуальними асоціаціями до хороніма-концепта* **Україна** *в представників кафедри сучасної української філології. Цікавим є те, що у студентів англійської філології узагалі відсутні індивідуальні асоціації до хороніма-концепта* **Франція**.

*Для цього топоніма-концепта найістотнішими є асоціації, пов'язані з визначними місцями (***Париж**, **Лувр**, **Ейфелева вежа***), історичним минулим країни (***революція***), зі світом моди (***мода**, **парфуми**, **берет***) та кухні (***сири**, **круасани***), а також з романтичним образом країни (***романтика***).*

Для хороніма-концепта **Англія** *відмінним від проаналізованих асоціативних рядів хоронімів* **Україна** *та* **Франція** *є те, що індивідуальні асоціації переважають над спільними (***Біг Бен**, **королева**, **дощ**, **чай** *та ін.). Спільні асоціації можна виділити як для представників усіх трьох кафедр (***Біг Бен**, **королева**, **дощ**, **Лондон**, **футбол***), так і для представників двох кафедр. Наприклад, асоціація* **чай** *присутня в асоціативних рядах студентів кафедр сучасної української мови та французької філології, асоціація* **Темза** *– кафедр англійської філології та сучасної української мови,*

а реакція **Шерлок Холмс** *входить до асоціативних полів лише студентів кафедр французької та англійської філології.*

Щодо згаданих вище індивідуальних асоціацій, вони наявні в асоціативних рядах студентів кафедр сучасної української мови та англійської філології. До індивідуальних асоціацій студентів кафедри сучасної української мови належать **стриманість**, **Гаррі Поттер**, **монархія**, **англійська мова**, **пунктуальність**. *А в асоціативному полі студентів кафедри англійської філології присутні такі індивідуальні реакції, як* **музика**, **Оксфорд**, **скали**, **BigBen**, **університет**, **Кембридж**, **двоповерхові автобуси**.

Серед найчастотніших асоціацій до хороніма-концепта **Англія** *можна віднести такі:* **Лондон**, **Біг Бен**, **дощ**, **чай** *та деякі інші. Такий ряд, як і у випадку з хоронімом-концептом* **Франція**, *є дещо стереотипним.*

Асоціативне поле хороніма-концепта ***Англія*** у студентів кафедри англійської філології характеризується глибшими знаннями про цю країну порівняно зі студентами інших кафедр. До асоціативного ряду аналізованого концепта входять як імена відомих особистостей (***Шерлок Холмс***, ***Шекспір***), назви навчальних закладів (***Оксфорд***, ***Кембридж***), традиційні асоціації (***туман***, ***Лондон***, ***чай***, ***двоповерхові автобуси***), так і асоціації, що відображають державний устрій Англії (***монархія***, ***королева***).

Зіставляючи асоціативні ряди для хоронімів-концептів **Україна**, **Франція** *та* **Англія**, *утворені студентами кафедри сучасної української мови, відзначаємо, що асоціативне поле для нашої Батьківщини поєднує в собі асоціації культури та історії. Щодо асоціативних рядів хоронімів* **Франція** *та* **Англія**, *то вони є результатом хорошого знання як літератури, так і культури та історії цих країн.*

Спільною рисою для всіх трьох країн є наявність в їхньому асоціативному полі назв столиць (***Київ, Париж***, ***Лондон***). Інші асоціації носять здебільшого відмінний характер.

На основі асоціативного експерименту можна зробити висновок, що асоціативні ряди хоронімів-концептів ***Україна*** та ***Англія*** мають трохи більше спільних рис, аніж ряди ***України*** й ***Франції*** або ***Франції*** та ***Англії***. Подібність цих асоціативних полів полягає у наявності в них, крім назв столиць країн ***Англія***, ***Франція*** та ***Україна***, імен відомих особистостей, що здебільшого стосується саме ***Англії*** та ***України***, пам'яток культури, що простежується в асоціативних рядах топонімів ***Англії*** та ***Франції***.

З проаналізованого матеріалу видно, що конотативне значення топоніми-концепти отримують не лише у художніх текстах, а й у ході проведення психолінгвістичного (асоціативного) експерименту. Його результати вказують на те, що конотативними здебільшого є індивідуальні асоціації, а також такі, які не є характерними для всіх аналізованих країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Николаева В.А. Концепт «Петербург» в поэтическом идиолекте О. Мандельштама и А. Кушнера [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / Николаева Вера Анатольевна ; Луган. нац. пед. ун-т им. Т. Шевченко. – Луганск, 2007. – 20 л. 2. *Стефурак Р.І.* Асоціативно-образний потенціал внутрішньої форми слова у поетичному тексті (на матеріалі української поезії 60 – 90 років XX століття) [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Стефурак

Роксолана Іванівна ; Прикарпатський ун-т ім. Василя Стефаника. – Івано-Франківськ, 2003. – 24 с. 3. *Gary-Prieur M.-N.* Grammaire du nom propre. – P.: Presses Universitaires de France, 1994. – 253 p. 4. *Kerbrat-Orecchioni C.* La connotation. – Pul.: Université de Lyon, 1997.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Костенко Л.В. Записки українського самашедшого / Л.В. Костенко – К.: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2011. – 416 с.

Климентова О.В. старший лаборант,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ПЕРИФЕРИЙНАЯ ЗОНА ХОРОНИМОВ-КОНЦЕПТОВ *УКРАИНА, ФРАНЦИЯ И АНГЛИЯ*: КОННОТАТИВНЫЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

В статье проанализированы основные реакции студентов кафедр современного украинского языка, французской филологии и английской филологии Института филологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко на хоронимы-концепты Украина, Франция и Англия. Анализ проводился на основе наиболее частых реакций, в результате чего были виделены как общие, так и коннотативные ассоциации.

Ключевые слова*: хороним, концепт, реакция, ассоциация, ассоциативный эксперимент, коннотация, Украина, Франция, Англия.*

Klimentova O.V., Senior Laboratory Assistant
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE PERIPHERAL ZONE OF CHORONYMS-CONCEPTS UKRAINE, FRANCE AND ENGLAND: THE CONNOTATIVE ASPECT (THE MATERIAL ASSOCIATIVE EXPERIMENT)

The article deals whith the main reactions of students of departments of modern Ukrainian language, French Philology and Englisg Philology of the Inctitute of philology Kyiv national Taras Shevtchenko Universyty for choronyms-concepts Ukraine, France and England. The analysis bases on the most frequent reactions bringing been allocated both general and connotative associations.

Keywords*: choronym, concept, reaction, assosiation, associative experiment, konnotation, Ukraine, France, England.*

УДК 811.111:659

Ковальчук І.В., к. філол. н., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОМПОЗИЦІЙНА СТРУКТУРА МАРКУВАННЯ ТОВАРУ

У статті обґрунтовується можливість розгляду сукупності елементів маркування товарів як цілісного та зв'язного тексту, для якого характерна певна структура. Розглядається типова інваріантна композиційна структура маркування товару як результат аналізу упакувань товарів 22 товарних груп та вивчення нормативних актів країн-виробників цих товарів. Робиться спроба знайти спільні риси між маркуванням товарів та текстами в трактуванні, прийнятому в межах лінгвістики та семіотики.

Ключові слова*: композиційна структура, маркування товарів, структурність, текст, упаковка, packvertising.*

Поширення мереж супермаркетів, зростання популярності онлайнової торгівлі та системні зміни в комунікативному просторі призвели до зростання ролі упаковки в рекламній комунікації, що, в свою чергу, створило умови для формування комунікативного явища *packvertising* і актуалізувало новий тип передавання інформації – маркування товарів на упаковці.

Закріплення позиції упаковки в процесі рекламної комунікації відбулося через виникнення неологізму *«packvertising»*, який означає, що компанія здійснює рекламну комунікацію, використовуючи упаковку як основний канал. *Packvertising* – це процес створення упаковки, яка несе ідею про товар і при цьому сама стає сенсацією [8]. Ідея і сенсація знаходять вираження і промовляють до адресата, на думку маркетологів Дж. Казеллі та Н. Романьяні, через образи, слова, поняття, графіку, малюнки, матеріал упакування, просторове розміщення та відповідність вмісту.

Робилися неодноразові спроби уніфікувати викладення інформації на упаковці. У США Департамент охорони здоров'я та суспільного обслуговування видавав настанову з маркування продуктів харчування «Fair Packaging and Labeling Act», яка перевидавалась у 1994, 2008, 2009, 2013 роках [9]. У Великобританії розроблено стандарти маркування упаковок товарів «Food Labelling and Packaging», які діють на території Англії, Шотландії та Північної Ірландії [10]. В Австралії та Новій Зеландії з 1991 року питання маркування продуктів харчування врегульовуються законодавчим актом «Food Standards: Australia New Zealand Code» [11]. Ці документи регламентують не лише наявність певної інформації, але і її просторове розміщення на упаковці.

Напрацюванню теоретико-методичного підходу щодо комплексної оцінки упаковки продукції харчової промисловості присвячені праці О.А. Біловодської та О.В. Гримайло. В основі їхньої класифікації показників упаковки лежить важливість цих елементів з погляду споживача та виробника. Дослідники запропонували наступну класифікацію показників упаковки: *1) з позицій споживачів:* показники маркування; показники ергономічності та зручності; естетичні показники; показники надійності та

міцності; комунікаційні показники; *2) з позицій виробників:* економічні показники; показники транспортування та складування; показники екологічності [2, с. 152].

Адекватність та універсальність упакування і маркування обговорюється на світовому рівні. У 2008 році Global CEO Forum започаткував проект «The Global Packaging Project», метою якого було визначити ті параметри, за якими можна оцінювати упаковку як оптимальну та адекватну. В основу визначення параметрів покладено функціональні особливості упаковки. Серед функцій були названі такі: захисна, просувна, інформативна, ергономічна, поєднувальна та логістична [7].

Проводячи лінгвістичне дослідження упаковки, важливо визначити, чи можна вважати поєднання елементів маркування на упаковці зв'язним текстом. З огляду на структуру, маркування товару складається з великої кількості елементів, які є неоднорідними за семантичним наповненням та прагматичним спрямуванням. Крім того, маркування товарів є гетерогенною комбінацією вербальних і невербальних елементів [4, с. 4].

Релевантним для нашого дослідження є трактування тексту як будь-якого мовленнєвого висловлювання незалежно від обсягу, проте неодмінно з ознакою «зв'язності та цільності» [6, с. 508]. З огляду на те, що термін «текст» використовується і в семіотиці при аналізі знакових утворень невербального походження, таких як витвори образотворчого мистецтва, музичні твори, німе кіно, ритуальні дії [1, с. 297; 3, с. 281], можна вважати доцільним застосування цього лінгвістичного терміна для визначення маркування товарів як текстового утворення. Крім того, існують параметри, за якими Ю.М. Лотман запропонував визначати текст, серед яких виділяють вираженість, відмежованість та структурність [5].

Вираженість тексту полягає в тому, що «текст зафіксований у певних знаках і в цьому сенсі протистоїть позатекстовим структурам» [5]. За цим параметром, маркування товарів можна розглядати як сукупність знаків природної мови, які складаються в певну систему і мають певні позасистемні елементи.

Наступний параметр – *відмежованість* – визначається Ю.М. Лотманом як властивість тексту протистояти всім знакам, які мають матеріальне втілення і не входять до системи тексту, з одного боку, та протистояти всім структурам з невизначеною ознакою межі, з іншого. О.М. Пятигорський зазначав, що текст має єдине текстове значення і в цьому розумінні може розглядатися як неподільний сигнал, що означає, що він може реалізовувати певну культурну функцію і передавати певне цілісне значення: «бути романом», «бути документом», «бути молитвою». Застосовуючи ідеї Ю.М. Лотмана та О.М. Пятигорського, можна припустити, що сукупність елементів маркування товару можна розглядати як текст за наявністю параметру «відмежованість», оскільки маркування, безперечно, має єдине цілісне текстове значення: «бути маркуванням на упаковці», – яке складається з цілком визначених матеріальних знаків і має межі, які можна назвати рамкою тексту, що визначається межами самої упаковки.

Останнім параметром тексту Ю.М. Лотман визначив *структурність*. Він стверджував, що текст не є простою послідовністю знаків між двома зовнішніми межами [5]. Текст має внутрішню організацію, що перетворює його на синтагматичному рівні в структурне ціле. Маркування товару складається з елементів, кожен з яких має свої особливості семантичного наповнення, графічного оформлення та просторового розміщення, проте усі вони функціонують у межах упаковки відповідно до встановлених правил. За всіма параметрами, виділеними Ю.М. Лотманом, маркування на упаковці можна віднести до тексту.

Таким чином, під терміном «маркування товару як текст» розуміємо систему вербальних і невербальних знаків, які організовані в певну структуру, всі елементи якої відповідають вимогам зв'язності і цільності й обмежені поверхнею однієї упаковки.

У результаті аналізу вербального компонента маркування товару, розміщеного на упаковках продуктів 22 товарних груп, було визначено 20 елементів, які входять до складу маркування, а саме: назва виробника (*name of manufacturer*), назва продукту (*name of product*), адреса виробника (*address of manufacturer*), термін придатності (*date mark*), список інгредієнтів (*list of ingredients*), умови зберігання (*special storage condition*), номер партії (*lot identification*), вага продукту (*net content*), країна походження (*country of origin*), напис про поживну цінність (*nutrition information*), застереження щодо здоров'я (*health warning*), застереження від держави (*government warning*), інструкція з використання (*instructions for use*), рекламне твердження (*advertisement claim*), рекламне повідомлення (*advertisement*), напис про відсотковий вміст алкоголю (*indication of alcoholic strength*), твердження про поживність (*nutrition claims*), твердження щодо здоров'я (*health claims*), напис у відсотках (*percentage labelling*), напис про вміст ГМО (*GMO mark*). Нормативні акти США, Великої Британії, Ірландії, Австралії, Нової Зеландії регламентують наявність й обов'язковість елементів маркування та їхнє просторове розміщення на упаковці.

Вербальний компонент маркування товарів має чітко регламентовану композиційну структуру, в межах якої наявні *обов'язкові елементи* (назва виробника, назва продукту, адреса виробника, термін придатності, список інгредієнтів, умови зберігання, номер партії, вага, застереження від держави, напис про відсотковий вміст алкоголю) та *факультативні елементи* (напис про країну походження, напис про поживну цінність, твердження про поживність, застереження щодо здоров'я, інструкції з використання, рекламне твердження, рекламне повідомлення, твердження щодо здоров'я, напис у відсотках, напис про вміст ГМО). Деякі елементи можуть змінювати свій статус залежно від категорії продукту (Табл.1). Окремі нормативні акти регламентують маркування сигарет та алкогольних напоїв.

Таблиця 1

Наявність обов'язкових і факультативних елементів маркування на упаковках товарів по категоріям

	Name of product	Name of manufacturer	Address of manufacturer	Date Mark	List of ingredients	Special Storage Condition
Alcoholic drinks	o	o	o	o	o	o
Beverages	o	o	o	o	o	o
Groceries	o	o	o	o	o	o
Baby food	o	o	o	o	o	o
Sauce	o	o	o	o	o	o
Ready-made food	o	o	o	o	o	o
Frozen Food	o	o	o	o	o	o
Confectionary	o	o	o	o	o	o
Cosmetics	o	o	o	o	o	o
Medicinal items	o	o	o	o	o	o
Dairy Products	o	o	o	o	o	o
Meat and Fish	o	o	o	o	o	o
Fruit Vegetables	o	o	o	o	o	o
Detergents	o	o	o	o	o	o
Toys	o	o	o	o	-	-
Textile	o	o	o	o	-	-
Tea/Coffee	o	o	o	o	o	o
Bread	o	o	o	o	o	o
Cigarettes	o	o	o	o	o	-
Animal Food	o	o	o	o	o	o
Hygine Products	o	o	o	o	o	o
Household items	o	o	o	o	o	o

Advertisement Claim	Instructions for use	Government Warning	Health Warning	Nutrition Information	Country of Origin	Net Content	Lot Iden-tification
-	⊖	o	o	ф	o	o	o
⊖	⊖	-	⊖	o	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	o	⊖	o	o
⊖	o	-	⊖	o	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	-	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	-	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	-	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	-	-	-	o
⊖	⊖	-	⊖	-	-	-	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	-	o	⊖	-	-	-	o
⊖	⊖	-	⊖	⊖	⊖	o	o
⊖	⊖	-	-	-	⊖	-	o
⊖	⊖	-	-	-	⊖	o	o

	Advertisement	Indication of Alcoholic Strength	Nutrition Claims	Health Claims	Percentage Labelling	GMO Mark
	-	o	-	-	-	-
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	o	o	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	-	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	-	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	-	-	-	-
	Ф	-	-	-	-	-
	Ф	-	-	-	-	-
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	-	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	Ф	Ф	Ф	Ф
	Ф	-	-	-	-	-
	Ф	-	-	-	-	-

На фронтальній поверхні упаковки продукту повинні бути розміщені назва продукту, термін придатності, вага і попередження. На боковій поверхні містяться такі обов'язкові компоненти, як список інгредієнтів, назва та адреса виробника, номер партії товару та спеціальні умови зберігання. Інструкція з використання чи приготування не є обов'язковим елементом і подається в разі необхідності.

Залежно від категорії продукту правила маркування можуть передбачати наявність додаткових обов'язкових чи факультативних написів. Так, маркування алкогольних напоїв у Великій Британії регламентується рекомендаціями 2001 року «Labelling Requirements for Alcoholic Drinks: Guidance Notes» [12], а у США Бюро з питань оподаткування та торгівлі алкогольних і тютюнових виробів (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau) розробило документ, який регламентує маркування алкогольних напоїв, пива й сигарет. Обов'язковим елементом маркування стає напис-застереження про шкоду здоров'ю та зазначення вмісту алкоголю. Серед додаткових

факультативних написів використовують напис «*GMO-free*» для продуктів рослинного походження, напис «*packaged in a protective atmosphere*» для м'ясних продуктів, фруктів та овочів.

Композиційна структура кожного маркування товару на упаковці створюється певними комбінаціями та транспозиціями цих вербальних компонентів та додаванням невербальних компонентів, їх розташуванням один відносно одного, особливостями мовного наповнення, можливістю пропускання того чи іншого компонента.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бахтин М.М*. Литературно-критические статьи / М.М. Бахтин. – М. : Худож. лит., 1986. – 543 с. 2. *Біловодська О.А*. Розроблення теоретико-методичного підходу щодо комплексної оцінки упаковки продукції в умовах інноваційного розвитку харчової промисловості / О.А. Біловодська, О.В. Гримайло // Маркетинг і менеджмент інновацій ; Сумський державний ун-т. – 2010. – № 1. – С. 149–160. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http//www.mmi.fem.sumdu.edu.ua. 3. *Горелов И.Н*. Основы психолингвистики : Учебное пособие / И. Н. Горелов, К. С. Седов. – М. : Лабиринт, 1997. – 224 с. 4. *Ковальчук І.В*. Вербальні та невербальні засоби маркування товарів у сучасному англомовному комунікативному просторі : автореф. дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 / Ірина Валеріївна Ковальчук. – К, 2016. – 20 с. 5. *Лотман Ю.М*. Структура художественного текста / Ю.М. Лотман // Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб. : Искусство – СПБ, 1998. – С. 14–285. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.gumer.info/bibliotek_Buks Literat/Lotman/_17.php. 6. *Языкознание.* Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2000. – 688 с. 7. *A Global Language for Packaging and Sustainability*. – Revised Edition. – September, 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.globalpackaging.mycgforum.com. 8. *Caselli J*. Packvertising / Junio Caselli, Nicola Romagnani. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.perinijournal.com/Items/en-US/Articoli/PJL-29/Packvertising. 9. *Fair Packaging and Labeling Act* // Federal Trade Commission Protecting America's Consumers. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rulemaking-regulatory-reform-proceedings/fair-packaging-labeling-act. 10. *Food labelling* – what you must show. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.gov.uk/food-labelling-and-packaging/food-labelling-what-you-must-show. 11. *Food Standard Australia New Zealand Code*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.foodstandards.gov.au/code. 12. *Labelling Requirements for Alcoholic Drinks*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.merton.gov.uk/alcoholguidance.pdf.

Ковальчук И.В., к. филол. н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КОМПОЗИЦИОННАЯ СТРУКТУРА МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ

В статье обосновывается возможность рассматривать совокупность элементов маркировки товаров как целостный и связный текст с характерной структурой. Рассматривается типичная инвариантная композиционная структура маркировки товара, которая складывается в результате анализа упаковок товаров 22 товарных групп и изучения нормативных актов стран-производителей этих товаров. Делается попытка отыскать общие черты между маркировкой товаров и текстами в трактовках, принятых в лингвистике и семиотике.

Ключевые слова: *композиционная структура, маркировка товаров, структурность, текст, упаковка, packvertising.*

Kovalchuk I.V., PhD., Assistant Professor
Taras Schevchenko National University of Kyiv

COMPOSITE STRUCTURES OF LABELING

The article analyses the possibility to view the combination of all labelling elements as integral and coherent text with peculiar structure. The article describes the typical invariant compositional structure of product labeling which is possible to outline due to the analysis of 22 product groups as well as official regulatory acts in countries of product origin. The author makes an attempt to find common features between product labelling and texts normally analyzed in linguistics and semiotics.

Key words: *compositional structure, product labelling, text, structuring, packaging, packvertising.*

УДК811.142

Кожуховська Ю.В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕТА ЯК КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТУ «ПОДОРОЖ» У НОВОГРЕЦЬКІЙ ПОЕЗІЇ XX ТА XXI СТ. У ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ АСПЕКТІ

Статтю присвячено виявленню компонента «мета» в структурі концепту ПОДОРОЖ у новогрецькій поезії XX та XXI сторіччя. У статті розглядаються лексична і стилістична репрезентація мети. Особливу увагу приділено концептуалізації мети в рамках критеріїв її досяжності / недосяжності. У дослідженні розглянуто компонент «мета» з точки зору лінгвокультурології та етнолінгвістики.

Ключові слова*: концепт ПОДОРОЖ, новогрецька поезія,новогрецька мова, схема ДЖЕРЕЛО – ШЛЯХ – МЕТА.*

Компонент «мета» є конституентом схеми ДЖЕРЕЛО – ШЛЯХ – МЕТА і взаємодіє, в першу чергу, з траєкторією подорожі. За Дж. Лакоффом та М. Джонсоном [3,с. 33] «фактичне фінальне розташування траєкторії, яке могло або не могло бути передбачуваним місцем призначення» – це один з ключових елементів, які входять до зазначеної схеми. У статті розглянуто мету лише у віршах з лінійною траєкторією подорожі. Мета статті – виявити особливості об'єктивізації мети як компонента структури концепту ПОДОРОЖ у новогрецькій поезії XX та XXI сторіччя. Для реалізації поставленої цілі необхідно розв'язати такі завдання: 1) знайти концептуальну вербалізацію мети, 2) встановити досяжність / недосяжність мети, 3) визначити лексичну та стилістичну репрезентацію мети.

В основі Балканської моделі світу Т.В.Цив'ян відзначає сплетіння просторово-часових опозицій: домінантою в освоєнні балканського шляху виявлено шлях, який імплікує рух, який, в свою чергу,закладений в структуру простору й реалізує одночасно ідею часу [2, с.72]. Концепт ПОДОРОЖ містить у своїй структурі координати простору та часу і має широку метафоризацію в рамках різних течій і поколінь

XX ст. Актуальність дослідження полягає в широкому висвітленні грецькими поетами соціально і культурно значущих тем і загальною популярністю в Греції поетичної форми самовираження. На значущості вивчення мови на матеріалі поезії наголошує М.М. Бахтін: «тільки в поезії мова розкриває всі свої можливості, тому що вимоги до неї тут максимальні [...]; поезія видавлює всі соки з мови, і мова перевершує тут саму себе» [1, с. 296].

Матеріалом дослідження є вірші новогрецьких поетів XX та XXI ст. Вибір віршів зумовлений метою розглянути різні аспекти реалізації концепту ПОДОРОЖ, щоб найбільш повно розкрити його об'єктивізацію. У статті використовуються описовий, аналітичний, інтерпретаційний методи дослідження, а також методи контекстуального і концептуального аналізу.

У більшості віршів вибірки мета займає вагоме місце в когнітивній структурі концепту ПОДОРОЖ у порівнянні з актуалізацією інших компонентів структури. Лише в нечисленних випадках подорож не має мети, або мета не вказана. Акцент тоді ставиться на інших компонентах когнітивної структури.

1. У таких випадках часто акцентується компонент «шлях». На перший план виходить «даний момент»у моделі подорожі. Таким чином, вербалізується концепт СЬОГОДЕННЯ, і шлях, відповідно, співвідноситься з хронотопом. Наприклад, у вірші Н. Енгонопулоса «На дорогах Беотії» («Στουςδρόμουςτους βιοτικούς») мету не позначено, і компонент шлях розкривається через виражену однойменну лексико-семантичну групу: προχωρήσει (просуватися), θα χαθεί (загубиться), μέσητουδρόμου (серед дороги), να συναντήσουμε (зустріти), διχάλα (розвилка), δρόμων (доріг). Концепт ПОДОРОЖ уточнюється концептом БЛУКАННЯ. Вірш «Портрет» («Πορτραίτο») Р. Філіраса також акцентує увагу на шляху як на основному компоненті когнітивної структури подорожі в рамках антитези концептів НАТОВП – ІДЕАЛЬНИЙ ОБРАЗ. У двох цих прикладах шлях вербалізується в концепті ДОРОГА (лексема δρόμος), який перебуває в серці концептуального простору віршів.

У віршах «Подорожуючи» («Ταξιδεύοντας») Хр. Кацияннiса і «Звуки тиші» («Ακούσματα σιωπής») А. Георгаллідиса мету також не визначено. Шлях виходить на перший план у структурі вірша і об'єктивується через концепт СПРИЙНЯТТЯ. У першому випадку конкретизується слухове сприйняття (лексема ακούω – чути), у другому – зорове (лексема μάτια – очі), виражені через лексико-семантичні групи «подорожування поїздом»: μηχανής (машина), τροχούς (колеса), τρένου (поїзда), і у другому вірші, відповідно «образне сприйняття»: παρατηρητής (спостерігач), μάτια (очі), χρώματα (кольори), σκιές (тіні).

2. Рідко подорож не має мети, наприклад, у моделі вірша «Шлях» («Η πορεία») Й. Комі попереду гіпотетичного шляху – темрява. Ще не пройдений відрізок шляху вербалізується в концептах НЕВІДОМЕ і ЕКЗИСТЕНЦІЙНА ТЕМРЯВА. Шлях осмислюється через лексико-семантичну групу «біблійні та літературні персонажі»: Ρόμπεν τωνΔάσεων (Робін Гуд), ΔωνΚιχώτης (Дон Кіхот), Ιωβ (Іов), Δαυίδ (Давид), Κάιν (Каїн) і взаємодіє, головним чином, з компонентом структури подорожі «перешкода».

Крім того, рух уперед по траєкторії в деяких випадках є повноправною метою подорожі. Метою може виступати як рух в прямому значенні, так і в метафоричному. У

вірші Я. Патиліса «Арго» («Αργώ») мета, наприклад, вербалізується через когнітивні метафори ЖИТТЯ – ЦЕ ПОДОРОЖ і ТВОРЧІСТЬ – ЦЕ ПОДОРОЖ. Мета у вірші Я. Рицоса «Іди» («Περπάτα») – це рух уперед у рамках когнітивної метафори ЖИТТЯ – ЦЕ ПОДОРОЖ, яка представлена лексико-семантичною групою «філософські категорії»: ζωή (життя), θάνατος (смерть), αγάπη (любов), κόσμο (світ), καιρό (час). Мету виражено дієсловом руху в наказовому способі та виведено в назву вірша, через що її значущість посилюється. У вірші А. Георгаллідиса «Дорога мене більше не веде» («Ο δρόμοςδενμε περπατά πια») акцент ставиться, як і в попередньому випадку, на ходінні в рамках когнітивної метафори ЖИТТЯ – ЦЕ ПОДОРОЖ: лексико-семантична група «дорога»: δρόμος (дорога) , περπατά (йде), θα περπατήσω (я піду). Отже, просування вперед по траєкторії асоціюється у свідомості, в першу чергу, з ходою. Спорідненою метою є подорож: Т.Д. Франгопулос «Троя. Епілог ІІ» («Τροίας. Επίλογος Β»). Мета виражається наказовим способом, і подорож метафорично прирівнюється до пізнання: дієслова ταξίδεψε (подорожуй), μάθε (вчи) в рамках концептів ПОДОРОЖ та ПІЗНАННЯ.

Мета в деяких випадках не досягається, наприклад, у вірші «Дорога» («Ο δρόμος») А. Цакніа мета виражена компонентом «результат подорожі» і має негативну аксіологічну оцінку. Мета реалізується в рамках когнітивних метафор ЖИТТЯ – ЦЕ ПОДОРОЖ, «СТОСУНКИ – ЦЕ ПОДОРОЖ» і метафоризується як компонент «ділянки на шляху». Разом з концептами ДОРОГА і ШЛЯХ знаходять вираження концепти БЕЗВИХІДЬ (пов'язує мету з компонентом «перешкода», не долається), і ЧАС. Подорож незмінно пов'язується з часовою координатою: Κρίμα να πάει χαμένοτέτοιοφθινόπωρο («Шкода, що минає втраченою така осінь»). Пора року метафорично пов'язана з компонентом «кінець шляху».

Вербалізація мети відбувається такими засобами:

1. У ряді випадків мету виражено дієсловом, найчастіше наказовим способом з семантикою подорожування: ταξίδεψε (подорожуй), μάθε (вчи), περπάτα (йди), να μεθυμάστε (згадайте мене) (Т.Д. Франгопулос «Троя. Епілог ІІ» , Я. Рицос «Іди», Я. Рицос «Епілог» – «Επιλογικό»).

2. Мету сигніфікує лексеми δρόμος, наприклад, «Ο δρόμοςδεμε περπατά πια» («Дорога мене більше не веде») в однойменному вірші А. Георгаллідиса, а також лексема οδός у контексті конкретної адреси: Οδός Καλλιδρομίου (А. Диктеос «Вулиця Каллідроміу 74А» – «74А Οδός Καλλιδρομίου»). Частотність звернення до лексеми δρόμος сприяє реалізації концепту ДОРОГА як основного конституента мети подорожі.

3. Мета може виражатися метафорою: наприклад, νησίτηςσιωπής (острів тиші), να σας φέρωψωμί και νερό και τριαντάφυλλα (принести вам хліб, і воду, і троянди). В останньому прикладі мета реалізується не в набутті чогось, а у віддачі (А. Георгаллідис «Наступний як одержувач» – «Επαλλήλωως παραλίπτης», «Епілог» Я. Рицоса).

4. Мета виражається метафорою разом з оксюмороном: να την [σιωπή] ακούει (почути її [тишу]): А. Георгаллідис «Червоний ліс» («Κόκκινοδάσος»).

Концептуальна вербалізація мети представлена у такий спосіб:

1. Мета виражається концептом МРІЯ: метою подорожі є досягнення мрії, яка має когнітивну ознаку «невловимість» (виражається антитезою να το βρω και να

τοχάσω – знайти її і втратити). В цьому випадку в моделі подорожі акцент ставиться на концепті ПОШУК – через лексему να βρω (знайти): М. Папаніколау «Серед шуму дороги» («Μέσα στη βουήτουδρόμου»). Концепт ЧАС визначає недосяжність мети: [Όνειρο] παντοτινά χαμένο ([мрія] навіки втрачена). Недосяжність також визначено дієсловом φτάνω (досягати): κιούτε πια που θα τοφτάσω (і більше її не досягну).

2. Мету виражено концептом ДАЛЕЧ у випадках, коли вона «розташовується» на краю певного простору, наприклад, στοσύνορο (на кордоні) в однойменному вірші Хр. Кациянніса. Спосіб просування до мети сигніфікують лексико-семантичні групи вірша «втеча»: έφυγε (втік), μακριά (далеко), σύνορο (кордон); «сприйняття»: να δει (побачити), ν'ακούσει (почути), να μάθει (дізнатися), τα μάτια (очі), αυτιά (вуха), ο νους (розум), τραγούδια (пісні).

3. Мета може бути національно специфічна, наприклад, у випадках, де концептуальний простір – «Греція». У вірші К. Варналіса «Вдивляючись в море» («Να σαγναστεύω θάλασσα») мета вербалізується в концептах СПОГЛЯДАННЯ і ОСПІВУВАННЯ в контексті захоплення природою та морем. Мета виявляється в рамках подорожі в уяві. У вірші О. Елітиса «ІліосІліаторас. Вітри» («Ο ΉλιοςΗλιάτορας. Άνεμοι») мету виражено ключовою фразою вірша μια λύπη και μια ομορφιά (печаль і краса).

4. Компонентом мети виступає концепт ТРОЯНДА (лексема τριαντάφυλλο) з позитивною оцінкою: «Епілог» Я. Рицоса, «Серед шуму дороги» М. Папаніколау. У двох прикладах концепт реалізується в рамках метафори.

Мета може зв'язуватися з іншою траєкторією руху, наприклад, з подорожжю мітопоетичною віссю вертикалі. Вірш «Нові анапести і ямби» К.Паламаса об'єднує лінійну і нелінійну подорожі, а також рух по осі вертикалі: метафора Στουςγύφτους χαροκόπους (до веселих циган), світ яких в контексті вірша розташований між людьми й богами. Засобом вираження мети є метафора, яка припускає реалізацію концепта ЕСКАПІЗМ: свободу від рутини, втечу від повсякденності.

Отже, в новогрецькій поезії компонент «мета» займає першорядне місце в схемі ДЖЕРЕЛО – ШЛЯХ – МЕТА. У прикладах, коли мета не згадується, акцентується компонент «шлях». Метафора й оксюморон виступають засобами вираження компонента подорожі «мета». З частин мови, які позначають мету, переважає дієслово, зокрема наказовий спосіб як частина концептуального простору «подорож». Досяжність мети об'єктивується дієсловом φτάνω (досягати). Якщо розглядати іменники, то мета вербалізується лексемою δρόμος, в окремих випадках – лексемою οδός з семантикою мети-адреси.

Мету представлено концептом МРІЯ з когнітивною ознакою «невловимість», концептами ДАЛЕЧ, ТРОЯНДА, а також концептами СПОГЛЯДАННЯ і ОСПІВУВАННЯ, які реалізуються в концептуальному просторі «Греція». Метою може бути сама подорож з семантикою рух уперед, наприклад, у рамках когнітивних метафор ЖИТТЯ – ЦЕ ПОДОРОЖ і ТВОРЧІСТЬ – ЦЕ ПОДОРОЖ. Рух уперед, в першу чергу, вербалізується лексикою ходіння. Недосяжність мети підкреслено в рамках концепту БЕЗВИХІДЬ і метафори ЖИТТЯ – ЦЕ ПОДОРОЖ. Крім того, пора року асоціативно співвідноситься з компонентом «кінець шляху». Недосяжність мети зумовлена реалізацією концепту ЧАС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. –М: Искусство, 1979.–424 с. 2. Цивьян Т. В. Модель мира и её лингвистические основы / Т. В. Цивьян. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с. 3. Lakoff. G., Johnson M. Philosophy in the Flesh: The Embodied Mindand Its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. – NewYork: Basic Books, 1999. – 624 p. 4. Βάρναλης Κ.Τοφωςπουκαίει. Πρόλογος/ Κ. Βάρναλης// Ποιητικά. – Αθήνα: Ο Κέδρος, 1956. – Σ. 9. 5. Γεωργαλλίδης Α.Όταν βυθίζεται το πιάνο = When the piano sinks = Quandle piano chavire = Wenn das schiffken tert / Α. Γεωργαλλίδης. – Λευκωσία: PowerPublishing, 2004. – 249 σ. 6. Γεωργαλλίδης Α. Χρώματα απέναντι = colours across colours = couleurs face a face = farbengegenuder = colorifaccia a faccia = coloresfrente a colores / Α. Γεωργαλλίδης. –Leicester: Matador, 2007. – 132 σ. 7. Δίκταιος Ά. 74Α Οδός Καλλιδρομίου/ Α. Δίκταιος // Η αρχαία Πατρίδα των ποιημάτων. ΝεοίΕλληνες ποιητέςγια την αρχαία Ελλάδα, επιμέλεια ΓκρηςΗλίας. – Αθηνα: Mataixmio, 2003. – Σ. 156. 8. Εγγονόπουλος Ν. Στουςδρόμουςτους βιοτικούς/ Ν. Εγγονόπουλος // Η αρχαία Πατρίδα των ποιημάτων. ΝεοίΕλληνες ποιητέςγια την αρχαία Ελλάδα, επιμέλεια ΓκρηςΗλίας. – Αθηνα: Mataixmio, 2003. – Σ. 165. 9. Ελύτης Ο.Ο ήλιος ο ηλιάτορας / Ο. Ελύτης. –Αθήνα: Ίκαρος, 1971. – 30 σ. 9. Κατσιγιάννης Χρ. Ε. Ποιήματα 1972 – 1992 / Χρ. Ε. Κατσιγιάννης. – Αθήνα: Εκδόσεις Χρυσάφη Πανέζη,1993. – 398 σ. 10. Κόμη Γ.Επιστρέφοντας απ' το όνειρο / Γ. Κόμη. – Πειραίας: χ.ο., 1976. – 58 σ. 11. Παλαμάς Κ. Νέοι ανάπαιστοι και ιάμβοι / Κ. Παλαμάς//Η Ελληνική ποίησητου 20ου αιώνα. Μια συγχρονική ανθολογία, επιμέλεια Ε. Γαραντούδης. – Αθηνα: Mataixmio, 2006. – Σ. 35. 12. Παπανικολάου Μ. Μέσα στη βουήτουδρόμου / Μ. Παπανικολάου// Η ΧαμηλήΦωνή. Τα λυρικάμιας περασμένης εποχήςστους παλιούςρυθμούς, επιμέλεια ΜανόληςΑναγνωστάκης. Αθήνα: Νεφέλη,1990. – Σ. 174–175. 13. Πατίλης Γ. Αργώ / Γ. Πατίλης // Η Ελληνική ποίησητου 20ου αιώνα. Μια συγχρονική ανθολογία, επιμέλεια Ε. Γαραντούδης. –Αθηνα: Mataixmio, 2006. – Σ. 611. 14. Ρίτσος Γ. Επιλογικό / Γ. Ρίτσος[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://users.uoa.gr/~nektar/arts/tributes/giannhs_ritsos/epilogiko.htm. (12.01 2016). 15. Ρίτσος Γ. Περπάτα / Γ. Ρίτσος// Τα Επικαιρικά Ποιήματα 1945 – 1969, Τόμος Ε. –Αθηνα: Κέδρος, 1975. – Σ. 105. 16. Τσακνία Α. Ο δρόμος/ Α. Τσακνία // Η Ελληνική ποίηση του 20ου αιώνα. Μια συγχρονική ανθολογία, επιμέλεια Ε. Γαραντούδης. – Αθηνα: Mataixmio, 2006. – Σ. 538. 17. Φιλύρας Ρ. Πορτραίτο / Ρ. Φιλύρας[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.snhell.gr/anthology/content.asp?id=521&author_id=116(12.01.2016).18. Φραγγόπουλος Θ.Δ.Τροίας. Επίλογος Β / Θ. Δ. Φραγγόπουλος// Η αρχαία Πατρίδα των ποιημάτων. Νεοι Έλληνες ποιητές για την αρχαία Ελλάδα, επιμέλεια Γκρης Ηλίας. – Αθηνα: Mataixmio. –Σ. 373.

Кожуховская Ю.В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЦЕЛЬ КАК КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТА «ПУТЕШЕСТВИЕ» В НОВОГРЕЧЕСКОЙ ПОЭЗИИ XX И XXI СТ. В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ

Статья посвящена выявлению компонента «цель» в структуре концепта ПУТЕШЕСТВИЕ в новогреческой поэзии XX и XXI века. В статье рассматривается лексическая и стилистическая репрезентация цели. Особое внимание уделяется определению концептуализации цели в рамках критериев ее досягаемости / недосягаемости. Компонент «цель» представлен в статье с ракурсов лингвокультурологии и этнолингвистики.

Ключевые слова: *концепт ПУТЕШЕСТВИЕ, новогреческий поэзия, новогреческий язык, схема ИСТОЧНИК – ПУТЬ – ЦЕЛЬ.*

Kozhukhovska I.V., PhD student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

GOAL AS A COMPONENT OF THE JOURNEY CONCEPT IN MODERN GREEK POETRY OF XX AND XXI CENTURIES IN ASPECT OF CULTURAL LINGUISTICS

The article focuses on the study of the goal as a component of the concept JOURNEY structure in Modern Greek poetry of the XX and XXI centuries. The study highlights lexical and stylistic representation of goal component. Special attention is paid to the goal conceptualization as part of the attainability / unattainability criteria. The article examines the "goal" component in the aspects of cultural and ethnolinguistics.

Key words: *concept JOURNEY, Modern Greek language, Modern Greek poetry, SOURCE – PATH – GOAL scheme.*

УДК 811.521'367.7

Комісаров К.Ю., к. філол. н., докторант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КАТЕГОРІЯ ГРАМАТИЧНОГО ЧАСУ У КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ ЯПОНСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Висвітлено головні особливості репрезентації часу формальними засобами категорії граматичного часу в сучасній японській мові. Проаналізовано категорію граматичного часу в японській мові як систему формальних засобів, визначено семантико-синтаксичний потенціал цих засобів. Окреслено специфіку сприйняття й осмислення часу представниками японської лінгвокультури через головні особливості його репрезентації на синтаксичному стратумі японської мови.

Ключові слова*: синтаксис, категорія граматичного часу, фактивні й нефактивні предикати, лінгвокультура.*

Відомо, що ключовими поняттями когнітивної лінгвістики є поняття інформації та її обробки людським розумом, поняття структур знання та їхня репрезентація у свідомості особистості й мовних формах. Когнітивна лінгвістика досліджує зв'язок структури людських знань з мовними формами, а саме – те, як останні представлені у свідомості людини [2, с. 104]. Надзвичайно цікавими у цьому плані постають формальні засоби вираження категорії часу в японській мові. Когнітивно-мовна репрезентація часу в японській лінгвокультурі здавна привертала увагу мовознавців як на теренах Японії, так і за її межами. Ця проблема не втрачає своєї **актуальності** й сьогодні.

Свого часу визначний російський японіст І.В. Головнін, послуговуючись характерними для нього лінгвістичними термінами, наголошував на тому, що у процесі мовленнєвої діяльності на другому етапі породження комунікатеми відбувається

комунікатизація конструктивно-синтаксичної бази речення. Під комунікатизацією речення вчений розумів перетворення конструктеми на комунікатему, переведення структури речення у робочий стан, остаточне пристосування базисної, репрезентативної конструкції до умов і потреб актуального повідомлення [1, с. 165]. Говорячи про поняття конструктеми, слід зауважити, що йдеться не про те, що протиставляється деструктемі у стилістиці, а про конфігуратему, заповнену синтаксемами, що виконують ті чи інші функції в реченні. Уже початкова конструктема у певний спосіб описує подію чи ситуацію, якийсь сегмент позамовної дійсності. Вона перетворюється на конфігуратему шляхом перетворення словосполучень та синтаксем на синтагмеми. Комунікатемою ж є остаточний стан конструктеми, що зазнала внутрішньої та зовнішньої актуалізації, тобто це конкретний варіант речення в його комунікативному плані, і саме цей продукт представляє інтерес для вивчення синтаксису мови у когнітивному та комунікативному ключі.

Комунікатизація супроводжується уточненням функціонального навантаження конструктивно-синтаксичних компонентів і зв'язків між ними, а завершується вона вираженням комунікативної мети повідомлення і таких предикативних значень, як синтаксичне ствердження/заперечення, час та модальність [1, с. 165]. Такий підхід до вивчення синтаксису, на нашу думку, можна вважати, певною мірою, когнітивно-комунікативним. Він може продемонструвати достатню ефективність за умови, якщо пам'ятати про головні складові когнітивної сфери особистості, як-от особливості відчуття та сприймання, пам'ять, увагу, мислення та інтелект, а під час аналізу мовного матеріалу не надто концентруватися на суто формальних елементах, конструктивному плані висловлювання. Проте, повністю випускати цей план із поля зору також не варто, оскільки може втратитися системність. Так, здебільшого із міркувань про конструктивну сторону питання, ми вважаємо доцільним розглядати згадану вище категорію ствердження/заперечення в японській мові у контексті інших граматичних категорій, категорію виду дієслова – у тісному зв'язку з категорією граматичного часу, а категорію способу (модальності) – як своєрідне тло для аналізу репрезентації часу в японській мові, на якому ми й зосередили наші зусилля у межах цієї невеликої розвідки.

Як слушно зазначає І.В. Головнін, комунікатизація внутрішньої сфери конструктивного плану речення по-різному відбивається на типовій компонентно-структурній організації речення, і ці відмінності зумовлені тим, що співвіднесення базисної конструкції з пізнавально-відображальною установкою суб'єкта мовлення, із ситуацією мовлення та контекстом, із соціально-особистісними взаєминами тощо викликає неоднакову перебудову конструктивної бази речення, вносить неоднакові корективи до проектної, вихідної конструктеми. Тут спостерігаються полярні випадки, коли репрезентативна компонентно-структурна база залишається без істотних змін і лише отримує остаточне комунікативне закріплення та оформлення, і коли ця конструктивна база зазнає помітних трансформацій. Між цими полюсами виявляються численні перехідні випадки [1, с. 165-166]. У межах цієї статті ми зосередилися на першому з окреслених полярних випадків задля досягнення **мети** нашого дослідження, а саме – об'єктивного та ефективного висвітлення головних особливостей репрезентації часу формальними засобами категорії граматичного часу в сучасній японській мові.

Поставлена мета передбачала розв'язання низки конкретних **завдань**: проаналізувати категорію граматичного часу в японській мові як систему формальних засобів, а також визначити семантико-синтаксичний потенціал цих засобів; з'ясувати специфіку сприйняття й осмислення часу представниками японської лінгвокультури через головні особливості його репрезентації на синтаксичному стратумі японської мови, фокусуючи увагу на категорії граматичного часу.

Аналізуючи категорію граматичного часу в сучасній японській мові, корисно пам'ятати, насамперед, про те, що в комунікативному завершенні мікросистеми речення головну роль відіграє саме заключний компонент, який виступає комунікативно-предикуючим сегментом речення, а вся попередня частина, тобто внутрішня сфера у вузькому розумінні, є тим, що предикується. Заключний компонент речення формує єдину мікросистему певного функціонального призначення, виражає комунікативне завдання повідомлення і реалізує потенційну предикативність усього речення. Цей компонент І.В. Головнін називає предикатемою [1, с. 185]. Вона завершує комунікатизацію речення, співвідносить комунікатему з дійсністю і є мінімумом речення, його комунікативним центром. Предикатема володіє морфологічними й лексико-синтаксичними засобами предикації – предикативними формами, протиставленими відповідним непредикативним формам. Комунікатизація зовнішньої сфери конструктивного плану речення може затвердити присудок як предикатему.

Абсолютний граматичний час у японській мові характеризується опозицією двох (а не трьох) часових планів: теперішньо-майбутнього (неминулого) і минулого. Таке протиставлення спостерігається насамперед у сфері дійсного способу в розповідних і питальних реченнях. Ці два часових значення виражаються відповідними афіксами, які можна поставити в один ряд за ознакою спільності темпоральної функції. Схематично це можна показати так:

1) теперішньо-майбутній час: а) ствердження: -う/る /у/ру/, -ます /мас/ тощо; б) заперечення: -ない /най/, -ん /н/, -ぬ /ну/, -ません /масен/ тощо;

2) минулий час: а) ствердження: -た/だ /та/да/, -ました /машіта/, -た/だのです /та/да нодес/ тощо; б) заперечення: -なかった /накатта/, ませんでした /масен дешіта/, -なかったのです /накатта нодес/ тощо.

Дієслова у формі на -う/る /у/ру/ тощо, 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. Теперішнє й майбутнє сприймається в японській лінгвокультурі як єдиний план; їхня диференціація здійснюється лексично й конситуативно: **(1)** わたしはあした東京へ行く。 Завтра я поїду до Токіо [9, с.166]; **(2)** 毎日彼に電話する。 *Щодня телефоную своєму хлопцеві* [9, с. 167].

Вузькотеперішня дія, здійснення якої саме в цей момент часу спеціально підкреслюється, виражається дієсловом у формі теперішньо-майбутнього часу тривалого виду: **(3)** 今雨が降っている？ *Зараз іде дощ?* [9, с. 168].

Дієслова у формі на -た/だ /та/да/, тобто у формі минулого часу нетривалого виду, виражають дії, що завершилися до моменту мовленнєвої діяльності. Крім того, ця

форма може мати перфектний відтінок: **(4)** 田中君と高橋君は神社の前の箱にお金を入れて、いろいろお願いした。 *Танака й Такахаші кинули гроші у скриньку біля синтоїстського храму і побажали собі різних благ* [9, с. 171].

Двоплановість граматичного часу – одна з найцікавіших особливостей японської лінгвокультури. Дієслівна форма на -おう/よう /о:/йо:/, що іноді вважається словоформою майбутнього часу, насправді виражає майбутнє не дійсного, а умовного способу, причому не тільки майбутнього, але й теперішнього. У мовленні про себе (про свої дії) вона найчастіше виражає волевиявлення мовця, бажання виконати дію або заклик до спільної дії, спрямований на інших осіб: **(5)** いっしょに飲もう。 *Давай вип'ємо разом* [10, с. 44]; **(6)** 外国で働こうと思っています。 *Я збираюся / маю бажання працювати за кордоном* [10, с. 46].

Форми зі значенням абсолютного часу можуть уживатися для вираження значень відносного часу, тобто вони в певних позиціях і контексті набувають співвідносно-часових значень. Дієслівні словоформи на -う/る /у/ру/, -ない /най/ тощо у недоконаній позиції перетворюються на непредикативні форми, омонімічні предикативним, і вказують на паралельність процесів, що виражаються ними, із процесами, позначеними дієслівним присудком-предикатемою: **(7)** わたしは星を見るのが好きです。 *Я полюбляю дивитися на зорі* [10, с. 102]; **(8)** 電気を消すのを忘れました。 *Забув вимкнути світло* [10, с. 104]. Дієслівні словоформи на -た/だ /та/да/, -なかった /накатта/ у недоконаній позиції перетворюються на непредикативні форми, омонімічні предикативним, і вказують на передування ними вираженого процесу, позначеного дієслівним присудком-предикатемою: **(9)** きのう習ったことばを忘れました。 *Забув слова, які вивчив учора* [10, с. 180]; **(10)** これは母にもらったコートです。 *Це те пальто, що я його отримав у подарунок від мами* [10, с. 183].

Дієслова у формах на -う/る /у/ру/ й -た/だ /та/да/ можуть іноді використовуватися у переносному значенні з експресивною метою для стилістичного забарвлення тексту. В експресивно-стилістичних цілях використовуються часові форми з дієсловами у формі на -た/だ /та/да/, яким надається підкреслено перфектний відтінок (наявність наразі результату минулої дії), причому це спостерігається у доконаній, присудко-предикатемній позиції: **(11)** 小菊が咲いたから、田中さんのおうちへ持っていってあげようと思って。 *Розцвіли* (*і цвітуть*) *хризантеми, тож віднесу кілька пані Танака* [5, с. 20].

Недоконані (непредикативні) форми дієслів на -い/ Ø /і/, -て/で /те/де/ не виражають значень абсолютного часу. Вони можуть указувати тільки на часову співвіднесеність дій, і то не завжди. Основною їх функцією є вираження розходжень у ступені зв'язаності дій між собою або передача стилістичних особливостей тексту. Наприклад:

1) паралельність дій у письмовому мовленні: **(12)** 私は友達に行き、姉は家に帰った。 *Я поїхав до друга, а старша сестра – додому*;

2) послідовність дій: **(13)** 歯を磨いて、顔を洗って、朝ご飯を食べました。 *Я почистив зуби, умив обличчя й поснідав*.

Як можна переконатися, у висловленні абсолютних часів ці форми співвідносяться зі значенням часу доконаних дієслівних форм. Також слід зазначити, що форма на

-い/ Ø /i/ не завжди вказує на паралельність дій, а форма на -て/で /те/де/ не завжди виражає попередню дію.

Розглянувши найрозповсюдженіші випадки репрезентації часу на синтаксичному стратумі японської мови, важко не погодитись із І.В. Головніним у тому, що комунікативне завершення мікросистеми речення досягається за рахунок актуалізації зовнішньої сфери, органічно пов'язаної з комунікатизацією внутрішньої сфери конструктивного плану речення, і така остаточна актуальна комунікатизація здійснюється шляхом відповідного оформлення того чи іншого конструктивно-синтаксичного компонента речення як предикатами – головного зв'язкового члена комунікативного плану [1, с. 200].

У тісному зв'язку з предикацією розглядають репрезентацію часу і японські лінгвісти. Так, зокрема, Терамура Хідео називає граматичну категорію часу як таку (テンス /тенсу/; від англ.: *tense*) «предикативним часом» (陳述の自制 /чінджючу-но джісей/), і це не важко пояснити, оскільки саме вона безпосередньо співвідносить виражене мовними засобами із позамовною дійсністю. «Предикативному часові» дослідник протиставляє те, що формально виражається часовими формами, але до реального, фізичного часу відношення не має (時間と無関係な確言的陳述 /джікан-то муканкейна какуґентекі чінджюцу/).

До речі, задля забезпечення кращого уявлення про японську мовну картину світу починати тут слід було з дещо масштабнішого протиставлення, що його робить згаданий науковець: за характером кінцевого компонента (предикатеми), або, іншими словами, за характером опису, Терамура Хідео виділяє речення, що достовірно описують позамовну дійсність (確言の文 /какуґен-но бун/), речення, що приблизно описують позамовну дійсність (概言の文 /гайґен-но бун/) та речення, що слугують для пояснення (説明の文 /сецумей-но бун/). Час, а також вид дієслова (アスペクト /асупекуто/), належать до першої категорії, що може бути співвіднесена з дійсним способом (確言のムード /какуґен-но му:до/). Друга та третя категорії репрезентують недійсні, або «вторинні», способи (二次的ムード /ніджітекі му:до/) [6].

Повертаючись до часу, зазначимо, що за допомогою часових форм, але безвідносно до реального часу в японській лінгвокультурі прийнято описувати:

- фізичні властивості предметів та явища природи;
- правила, закони та домовленості;
- спосіб та порядок виконання дій;
- приклади виконання дій;
- сюжетні лінії літературних творів.

У цих випадках використовується початкова форма дієслова, що зазвичай передає теперішній час, і тут виявляється певна специфічність інтерпретації. На думку корифеїв японського мовознавства, таких як Ямада Йошіо та Мацушіта Дайдзабуро, зв'язок із фізичним часом тут певною мірою усвідомлюється носіями японської мови, але, разом із тим, має місце своєрідна трансценденція (超絶 /чо:дзецу/), тобто злет над часом [6, с. 69-70]. Це можна відчути, поглянувши, зокрема, на такі приклади: **(14)** 放射線による生物体への影響は、細胞分裂の盛んなところほど大きい。 *Вплив радіації на живий організм більший там, де відбувається активний поділ*

клітин [6, с. 70]; **(15)** 病人はいつも自分より軽症の者に嫉妬を感ずるものだ。 *Хворі завжди заздрять тим, у кого хвороба не така тяжка, як у них* [山本周五郎『将監さまの細みち』; цит. за 6, с. 70]; **(16)** 天皇は、国会の指名に基づいて、内閣総理大臣を任命する。 *Імператор призначає прем'єр-міністра на підставі подання кандидатури Парламентом* [6-та Стаття Конституції Японії; цит. за 6, с. 70].

Якщо граматичні часові форми вказують на реальний час дії чи стану, то, здавалося б, жодних ускладнень як при інтерпретації, так і при створенні повідомлень не мало б бути. Проте, і тут не все так просто, і в цьому, на нашу думку, також можна вбачати етнічну специфіку сприйняття часу, яка може бути успішно описана, якщо послуговуватися трьома головними підходами, запропонованими Терамурою Хідео: 1) аналіз семантики дієслова (прикметника, іменника), що міститься у предикатемі; 2) розрізнення часових форм головної та підрядної предикативних частин складнопідрядного речення, а також диференціація типів підрядних частин; 3) виділення фактивних (叙実 /джьоджіцу/) і нефактивних (叙想 /джьосо:/) предикатів [6, с. 75-80]. Схожої позиції дотримуються й інші японські фахівці, зокрема, Като Ясухіко та Фукучі Цутому [4, с. 1-23].

Важливість першого із перерахованих підходів пояснюється тим фактом, що сама лише опозиція двох часових планів, репрезентована початковою формою (формою теперішнього часу) та формою минулого часу, про яку йдеться на початку статті, не завжди дає об'єктивне уявлення про часові відношення, що описуються. Згадаймо, зокрема, що у прикладах (1) і (2) за допомогою початкової форми передано майбутні події, а у прикладі (3), де наголошується на тому, що дія відбувається саме зараз, використано одну із видових форм – форму тривалого виду, однак, вважати це базовим алгоритмом для передачі теперішньої дії не можна. Так само не буде правомірним стверджувати, що форма минулого часу нетривалого виду (приклад (4)) завжди надає висловлюванню перфектного відтінку. Тому необхідно враховувати особливості семантики присудка.

Вибір часової форми залежить також від того, маємо ми справу з присудком головної чи підрядної предикативної частини складнопідрядного речення. Тут одразу ж слід зазначити, що узгодження форм за граматичним часом у межах одного речення (на кшталт англ. *sequence of tenses*) у японській мові відсутнє. Часові відношення між діями можуть бути чітко встановлені за формальною ознакою: **(17)** 今度北京へ行くとき、かばんを買おう。 *Коли їхатиму до Пекіна, куплю сумку*; **(18)** 今度北京へ行ったとき、かばんを買おう。 *Коли приїду до Пекіна, куплю сумку*; **(19)** この前北京へ行くとき、かばんを買った。 *Коли їхав до Пекіна, купив сумку*; **(20)** この前北京へ行ったとき、かばんを買った。 *Коли їздив до Пекіна / був у Пекіні, купив сумку* [6, с. 76].

Щоб показати послідовність дій, у перекладі прикладів (17) – (20) довелося використати різні дієслова, а в оригіналі ця послідовність відображається тільки різним співвідношенням часових форм – дієслово залишається одним і тим самим (行く /іку/ *йти*; *їхати*). Порядок слідування предикативних частин також традиційно не змінюється.

Ще більш ілюстративними з точки зору специфіки сприйняття часу носіями японської мови є такі приклади: **(21)** あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。 *Ми*

досі не знаємо, як називаються ті квіти, що ми їх бачили того дня [3]; **(22)** 我が家の子どもがずっと小さい時、キッチンに鏡が置いてありました。 *Весь час, поки наша дитина була мала, у нас на кухні висіло дзеркало* [7]; **(23)** 小さい頃、よくおじいと手をつないで歩いた道だ。 *Це дорога, якою я часто ходив, узявши за руку дядька, коли був малим*.

У прикладі (21) головний акцент робиться, з одного боку, на тому, що назви квітів і досі невідомі, а з іншого (і, можливо, навіть більше) – на особливому значенні для мовця минулих дій, подій саме того дня, а отже, співвідношення часових форм у наведеному реченні навряд чи могло бути іншим. Але якщо у цьому прикладі представлені події різних часових планів, то речення у прикладах (22) і (23) передають один план (минуле), проте у присудку головної частини (і саме він указує на реальний час) знаходимо форму минулого часу, тоді як підрядна частина містить форму теперішнього часу, і таке співвідношення вважається ортодоксальним (під впливом перекладної літератури почало з'являтися й інше співвідношення, подібне до англійського узгодження часів), якщо йдеться про вираження ознаки чи стану, і, на нашу думку, яскраво характеризує світосприйняття японців: ознака, характеристика події, перебуває неначе поза часом – до неї можна завжди повернутися, викликати її у пам'яті.

Іще краще можна зрозуміти, як вказівки на реальний час подій (коли є необхідними) співіснують із позачасовим змалюванням обставин, ситуації, якщо поринути в атмосферу художнього твору: **(24)** 二人の老人が駅のホームに立っていた。侘しい、活気のない駅である。そこに汽車を待っている人は数人だった。僅か数人というのは今度の汽車が下がり急行だからだ。 *Двоє старих стояли на платформі станції. Похмура, безлюдна станція. Там кілька людей чекали поїзда. Всього лише кілька людей, бо наступний поїзд – то експрес, що їде з міста* [松本清張『「静雲閣」覚書』; цит. за 6, с. 78]; **(25)** 北浦市市長春田英雄は、十一月九日の寝台特急「北斗星2号」で東京に向かった。一行は、市長のほか建設委員の議員が四名、市長秘書一名、市議会事務局員一名が随行した。便利な旅客機を利用しなかったのは経費節減のためである。この市の財政も豊かではない。 *Харута Хідео, мер міста Кітаура, 9 листопада прямував до Токіо нічним експресом «Хокутосей-2». Його супроводжували четверо членів Комітету з питань будівництва, його особистий секретар і представник секретаріату міської ради. Вони не скористалися літаком (що було б зручніше), щоб скоротити витрати. Фінансовий стан їхнього міста не дозволяє розкошувати* [松本清張『犯罪の回送』; 8, с. 5].

Речення (24) і (25) є прикладами дещо несподіваної апеляції до плану теперішнього. Є й протилежні випадки. Наприклад, коли носій японської мови певний час шукає якусь річ, а потім знаходить її, він скаже: «あ、あった» (*А, ось і вона*; букв.: *А, була*). Японські дослідники зазначають, що вживання тут форми теперішнього часу теж не буде помилкою, але так майже ніколи не кажуть, оскільки тоді бачення мовцем цієї ситуації та його психологічний стан були б іншими [6, с. 77].

При аналізі текстів японських художніх творів складається таке враження, що автор то приводить читача до реального часу дії чи стану (динамічних перетворень), то апелює до сталих (статичних) уявлень, які не мають безпосереднього відношення до часу та його плину. Отже, для адекватної інтерпретації незвичної для представників

інших лінгвокультур апеляції японців то до плану теперішнього, то до плану минулого вкрай важливим є розрізнення фактивних і нефактивних (емотивних, психологічних) предикатів.

Проведене дослідження дозволило дійти низки **висновків**. По-перше, у процесі вивчення особливостей когнітивно-мовної репрезентації часу в японській лінгвокультурі найцікавішим є етап комунікатизації речення, а ключовими поняттями тут виступають предикатема й комунікатема; по-друге, абсолютний граматичний час у японській мові характеризується опозицією двох часових планів, але сама лише ця опозиція не завжди дає об'єктивне уявлення про часові відношення, що описуються; по-третє, часові форми в японській мові можуть вживатися як у тісному зв'язку із реальним часом, так і безвідносно до нього; по-четверте, у процесі дослідження особливостей репрезентації часу в японській мові варто звертати увагу на семантику предикатів, на співвідношення часових форм головної та підрядної предикативних частин, розрізняти фактивні й нефактивні предикати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Головнин И.В.* Введение в синтаксис современного японского языка / И.В. Головнин. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. – 376 с.; 2. *Удовіченко Г.М.* Місце когнітивної лінгвістики в сучасному мовознавстві / Г.М. Удовіченко // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Сер. : Філологія. Мовознавство. – 2014. – Т. 221, Вип. 209. – С.103-106; 3. あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない [Електронний ресурс] : フジテレビ // Режим доступу: http://www.fujitv.co.jp/anohana-drama; 4. 加藤泰彦, 福地務. テンス・アスペクト・ムード // 外国人のための日本語: 例文・問題シリーズ. – 東京, 1995. – 170頁; 5. 上級日本語教材日本を考える五つの話題. スリーエーネットワーク. – 東京, 1995. – 156頁; 6. 寺村秀夫. 日本語のシンタクスと意味. – 第II巻. くろしお出版. – 東京, 2003. – 365頁; 7. 何をしても手に負えない－子どもが泣いたらどうしていますか？ [Електронний ресурс] : 社会福祉法人 四三河子供の家 // Режим доступу: http://www.kariyakoguma.server-shared.com/seikatu/ikuidea/2.htm; 8. 松本清張. 犯罪の回送. 角川文庫 – 東京, 1995. – 335頁; 9. みんなの日本語初級I. スリーエーネットワーク. – 東京, 1999. – 244頁; 10. 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.

Комиссаров К.Ю., к. филол. н., докторант,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КАТЕГОРИЯ ГРАММАТИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ В КОНТЕКСТЕ ИЗУЧЕНИЯ ЯПОНСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Освещены главные особенности репрезентации времени формальными средствами категории грамматического времени в современном японском языке. Проанализирована категория грамматического времени в японском языке как система формальных средств, определён семантико-синтаксический потенциал этих средств. Определена специфика восприятия и осмысления времени представителями японской лингвокультуры через главные особенности его репрезентации на синтаксическом стратуме японского языка.

Ключевые слова *синтаксис, категория грамматического времени, фактивные и нефактивные предикаты, лингвокультура.*

Komisarov K., PhD., doctoral candidate
Taras Shevchenko National University of Kyiv

GRAMMATICAL CATEGORY OF TENSE IN THE CONTEXT OF LEARNING THE JAPANESE LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD

Main features of representation of time by formal means of the category of tense in modern Japanese are described. The category of tense in the Japanese language is analyzed as a system of formal means, semantic and syntactic potential of these means are defined as well. Specificity of perception and understanding the time by representatives of the Japanese linguoculture is determined through the main features of its representation at the syntactic stratum of Japanese.

Keywords: *syntax, grammatical category of tense, factive and non-factive predicates, linguoculture.*

УДК 81’42:801.661=133.1

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

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАУКОВОГО ДИСКУРСУ ОСВАЛЬДА ДЮКРО

У статті визначені основні лінгвопрагматичні особливості наукового дискурсу О. Дюкро на основі роботи «Dire et ne pas dire». Проаналізовані графічні, синтаксичні, лексико-семантичні та стилістичні ознаки, притаманні науковому стилю О. Дюкро. Особлива увага приділена лексичним та семантичним домінантам у роботах науковця.

Ключові слова: *науковий дискурс, термінологія, синтаксичні конструкції, метафора.*

Актуальність. Науковий стиль мовлення має на меті викладення наукових досягнень та узагальнень. Аналіз наукового мовлення досить часто зводиться до виявлення лексичних домінант та граматичних конструкцій. Однак, на увагу дослідників заслуговують також стилістичні і риторичні прийоми, присутні у наукових працях французьких лінгвістів.

Метою нашого дослідження є виявлення лінгвостилістичних особливостей, притаманних науковому мовленню Освальда Дюкро у науковій праці *« Dire et ne pas dire : Principes de sémantique linguistique »*.

Відомий французький лінгвіст Освальд Дюкро знаний насамперед дослідженнями у галузі історії структурної лінгвістики та семантики. У своєму науковому доробку, а особливо у праці *« Dire et ne pas dire : Principes de sémantique linguistique »* дослідник аналізує теорію висловлювання, розвинуту ще англійською аналітичною філософією, та розвиває свою власну семантичну теорію, яка вибудовується навколо понять поліфонії та аргументації.

Згадане наукове дослідження зацікавило нас стилем викладання думки, залученням стилістичних та риторичних засобів у викладенні матеріалу, «жвавістю»

пояснень та присутністю автора, – тобто тих рис, які не є притаманними «сухому» науковому мовленню.

Для цілісного бачення наукового стилю О. Дюкро необхідно провести комплексний аналіз мовних засобів на різних мовних рівнях, зокрема виявити графічні особливості побудови, лексико-семантичні домінанти, синтаксичні структури та стилістичні засоби.

Серед ознак **графічного рівня** ми виявили як типові для наукового стилю характеристики, так і не типові. Особливе місце у графічних засобах належить пунктуації, оскільки вона дозволяє не тільки членувати речення на синтаксичні частини, ділити текст на речення і вказувати загальну характеристику речення (питання, знак оклику, ствердження), але і вказує на елементи, які є важливими в емоційно-експресивному відношенні (такі як емоційна пауза чи іронія) [1, с. 297].

Науковому дискурсу О. Дюкро притаманна наявність ***виразної композиційної структури тексту***, а саме послідовний поділ на розділи, частини, пункти. Що стосується поділу на абзаци, то у науковій праці О. Дюкро переважають ***великі абзаци*** із розгорненими поясненнями та прикладами. Так, кожен абзац є інформативним, у ньому присутні теза і аргументи. Цілісність абзацу формується за рахунок вживання слів-зв'язок, так званих логічних коннекторів, розділових знаків та інших мовних засобів: *« Dans cette perspective, comme dans celle ouverte par Benveniste, on est amené à admettre que les relations intersubjectives inhérentes à la parole ne se réduisent pas à la communication, prise au sens étroite, c'est-a-dire à l'échange de connaissance : on introduit parmi elles, au contraire, une très grande variété de rapports interhumains, dont la langue fournit non seulement l'occasion et le moyen, mais le cadre institutionnel, la règle. La langue n'est plus alors seulement le lieu où les individus se rencontrent, mais elle impose à cette rencontre des formes bien déterminées. Elle n'est plus seulement une condition de la vie sociale, mais devient un mode de vie sociale »* [5, с. 4].

Щодо вибору типографічних знаків та знаків пунктуації, то дослідник вживає ***дужки*** для вираження своєї власної позиції, коментаря, підтексту, пояснення чи прикладу. Іноді дужки слугують для ілюстрації важливого аргументу: *« l'existence est souvent expliquée par un simple souci d'économie dans la transmission de l'information (il est plus rapide de dire je que de donner son nom) »* [5, с. 3].

Для наукової праці О. Дюкро притаманне частотне використання ***курсиву***, який, як правило, виділяє слова іншої мови та назви і має функцію підсилення, тобто це зазвичай емфатичний курсив. Важливо, що досить часто О. Дюкро виділяє курсивом прикметники: *« L'acte de parole s'expliquerait alors, essentiellement, comme l'acte d'une pensé e»* [5, с. 1].

О. Дюкро використовує і ***лапки***, які привертають увагу реципієнта на ключове у висловлюванні слово: *« Les langues auraient comme origine première l'effort de l'humanité pour représenter la « pensée » pour en constituer une image perceptible, un tableau »* ; *« Il arrive souvent qu'on restreigne le sens du mot « communiquer »* [5, с. 2].

Тире служить здебільшого для вставних конструкцій, які підсилюються повторами: *« Mais, dans la perspective que nous analysons, ces modifications devraient toutes se comprendre comme des résultats – tantôt voulus, tantôt mécaniques – de l'acte*

d'ordonner » [5, c. 2]. Крім того, тире вживається у реченнях, де вставна конструкція є виявом власної позиції автора: *« C'est justement ce clivage que refusent les philosophes d'Oxford – si nous les comprenons bien – et dont ils essaient de montrer qu'il rend incompréhensible l'activité réelle accomplie dans la parole »* [5, c. 3].

Лексико-семантичні домінанти у науковому дискурсі О. Дюкро зумовлені передусім особливістю викладення матеріалу дослідження. Тому серед лексичних домінант переважають специфічні лінгвістичні ***терміни***, які чітко і детально роз'яснюються автором.

Слова вживаються у більшості випадків у ***прямих значеннях***, наприклад такі слова як *« la situation », « l'objet »*. Однак, неодноразово автор вдається до експресивно-емоційного забарвлення лексики, наприклад це бачимо у вживанні дієслова *« imputer »*, яке має негативну конотацію і означає примусове обмеження: *« On ne peut plus alors imputer au locuteur l'intention consciente d'exprimer cette signification; quelquefois même, on lui en refusera la connaissance consciente, et on considérera la découverte de l'implicite comme révélant une profondeur du message inconnue du locuteur »* [5, c. 13].

Важливим поняттям, яке слід розглянути, є ***суб'єктивність***, оскільки у науковому дискурсі автор має залишатися нейтральним у висловлюванні. При розгляді питання суб'єктивності слід звернути увагу на вживання ***прикметників***, які В. Гюго вважав « мастилом стилю » – *« l'adjectif c'est la graisse du style »* [4, c. 58]. Через прикметники автор може прямо виявити своє ставлення до висловлювання. Саме у вживанні прикметників яскраво виражається « емотивна функція » мовлення за Якобсоном, яка прикрашає будь-яке висловлювання [там само].

Так, у науковому дискурсі О. Дюкро зустрічаються суб'єктивні та «некласифікуючі» прикметники, які є експресивно маркованими та мають багато конотацій: *« d'une façon indissoluble »* [5, c. 17], *« un acte d'affirmation particulier »* [5, c. 23], *« d'une façon absolument régulière »* [5, c. 24], *« l'objet particulier »* [5, c. 27], *« un moyen abrégé »* [5, c. 3], *«une simple conséquence»* [5, c. 3], *« l'effet parasitaire »* [5, c. 5], *« la progressive dégénérescence »* [5, c. 6].

Слід відзначити, що науковець часто вживає слово *« certains »*, яке робить висловлювання трохи неясним і неточним : «*certains points*» [5, c. 112].

Незважаючи на вживання наукової лексики, все ж є наявними ***сталі вирази***, які роблять пояснення більш наочними та зрозумілими: *« le prix payé »* [5, c. 65]; *« noir sur blanc »* [5, c. 66].

Щодо дієслівних форм, то для наукового стилю О. Дюкро притаманні ***форми теперішнього часу*** *(« On sait que…»* [p. 19], *« Nous pouvons maintenant revenir au problème »* [5, c. 19], *« Cette situation semble d'ailleurs inévitable »* [p. 18], *« Cette possibilité d'interprétation est générale »* [5, c. 20], *« L'affirmation prend alors pour valeur implicite d'authentifier »*[5, c. 21]).

Форма ***першої особи множини*** вживається переважно у відгуках і відступах, найчастіше для вираження власної суб'єктивної думки науковця: *« C'est justement ce clivage que refusent les philosophes d'Oxford – si nous les comprenons bien – et dont ils essaient de montrer qu'il rend incompréhensible l'activité réelle accomplie dans la parole »*, *« Mais, dans la perspective que nous analysons, ces modifications devraient toutes*

se comprendre comme des résultats – tantôt voulus, tantôt mécaniques – de l'acte d'ordonner », « Il suffit d'en faire voir la nécessité – à laquelle on peut attribuer au moins deux origines théoriquement distinctes », « Il est donc indispensable, pour nous, de recenser d'abord les formes d'implicite qui peuvent » [5, с. 3-6]. Варто відзначити частотність вживання першої особи множини, що сприяє створенню діалогу між автором та читачами, та сприяє кращому сприйняттю викладеного матеріалу.

Однак, у науковому дискурсі О. Дюкро неодноразово зустрічається і ***безособовий займенник «on»***, який вживається у різних контекстах, найчастіше для узагальнення думки чи вираження власної суб'єктивної позиції автора: *« On fera remarquer…», « On objectera…», « On ne pourra parler…», « On peut chercher », « On le voit »* [5, с. 11-15].

Науковець ***уникає вживання вказівних прикметників «ce, cette… »*** чи ***вказівних займенників « ceci, cela »*** на початку фраз. Натомість переважає використання іменників, що робить кожне висловлювання чітким і зрозумілим і дозволяє читачу не втрачати думку: *« Le fait important, à nos yeux, c'est que …»* [5, с. 11].

Виявилося, що О. Дюкро не робить посилань на групи дослідників чи школи, а ***посилається на конкретних науковців*** та їх набутки: *«Dans cette perspective, comme dans celle ouverte par Benveniste…»* [5, с. 4], *«C'est sans doute la notion hjelmslevienne de «connotation», utilisée ensuite avec une grande fidélité par R. Barthes…»* [5, с. 16].

Дослідник **уникає вживання сполучників *« qui »* та *« que »***. Натомість, О. Дюкро графічно оформлює висловлювання, вживаючи ***тире***: *« On en dirait autant pour certains emplois de mots techniques – destines à « faire technique », à signifier la technicité –, ou de mots catalogues « poétique s» – utilises pour marquer le discours comme poétique…»* [5, с. 17].

Що стосується ***заперечних конструкцій***, то вони не є частотними і вживаються тільки у випадку, коли науковець має на меті звернути увагу читача на конкретний факт або ж висловити власну думку. Так, наприклад, уживання заперечної конструкції ***« ne … pas »*** для вираження згоди та підтримання позиції, що підсилюється вживанням частки *« fort »*: *« A quoi on ne peut pas objecter grand chose, dans la mesure où la notion de communication est elle même fort vague, et susceptible d'être infléchie dans des directions très variées »* [5, с. 1].

Аналіз **синтаксичних** особливостей передбачає звернення до синтаксичної будови словосполучень та речень, а також виявлення їх типів та ознак. Аналіз синтаксичних особливостей полягає в дослідженні ролі синтаксичних одиниць у формуванні концепції тексту, його тематичних ліній, образності та експресивності.

Складні синтаксичні структури є типовими для наукового мовлення О. Дюкро і проявляються у виборі науковцем сполучникового зв'язку та двоскладних речень. Здебільшого переважає ***простий дієслівний присудок***, виражений дієсловом активного стану у теперішньому, минулому чи майбутньому часі. Наприклад: *« Le problème générale de l'implicite est de savoir comment on peut dire quelque chose…» (au présent)* [p. 12], *« Il a été découvert par le destinataire, il a été imposé par le locuteur » (au passe) », « Le lecteur vérifiera facilement qu'il en est de même…» (au futur) »* [5, с. 21-23].

Крім того, частотними є ***безособові речення***, які є нейтральними. Наприклад: *« Il est fréquent de déclarer…», « Il arrive », « Mais », « On remarque »,* etc.

Складні речення характеризуються чітко вираженим складносурядним або складнопідрядним зв'язком. Серед ***логічних коннекторів*** переважають наступні: *au contraire,aussi, encore, et, par exemple, c'est-à-dire, telle est, par contraste, d'abord, en revanche, alors, pour,* etc.

О. Дюкро майстерно синтаксично оформлює висловлювання. Для ясності та зрозумілості науковець вживає ***інфінітиви, виділення та повтори***: *« Affirmer, c'est alors informer autrui de ce que l'on sait ou de ce que l'on croit ; demander, ordonner, c'est informer de ce que l'on désir ou de ce que l'on veut ; se plaindre, injurier, c'est informer d'une peine ou dune colère que l'on éprouve »* [5, с. 2].

Привертає увагу також присутність ознак індивідуальної манери О. Дюкро, а саме вживання різних **стилістичних засобів та риторичних технік.** Для досягнення особливого впливу на читача дослідник вдається до метафоризації слова. Заснований на метафоричності стилістичний перенос семантики слова в непрямому значенні з метою досягнення більшої художньої виразності лежить в основі створення тропів. Серед стилістичних та риторичних засобів ми виявили використання науковцем метафор, гіпербол, повторів, риторичних запитань та ін.

Серед стилістичних та риторичних засобів у науковому дискурсі О. Дюкро переважають ***повтори***, що все ж притаманні науковому дискурсу. Так, наприклад, частотною є ***анафора***, тобто повторення слова чи групи слів на початку фрази: *« Ou bien il participe vraiment à la conversation, et accepte son thème: mais alors il croit à l'être en question. Ou bien il nie cette existence, mais c'est qu'il n'est pas intégré à la conversation »* [5, с. 40]; *«… puisque communiquer, c'est toujours communiquer à quelqu'un »* [5, с. 1].

Іноді для привернення уваги реципієнта науковець уживає ***повторення*** та ***риторичне запитання***: *«Pourquoi, alors, ne pas utiliser cette même solution lorsqu'il s'agit de représenter logiquement deux éléments sémantiques distincts d'un énoncé grammaticalement unique ? Pourquoi, notamment, ne pas considérer l'énoncé sur Kepler comme juxtaposant une affirmation d'existence et une affirmation sur l'être dont on affirme l'existence ?»* [5, с. 36]. Ці риторичні фігури слугують яскравими поштовхами для подальших аргументів та прикладів.

У науковому дискурсі О. Дюкро реалізацію знаходить ***гіпербола***, яка виражається в узагальненні та перебільшенні понять. Наприклад, автор узагальнює думку науковців, вживаючи негативну частку *« personne »*, тим самим унеможливлює наявність інших точок зору на проблему: *« Son point de départ – personne ne le conteste – est la découverte par Austin des énoncés performatifs »* [5, с. 69]. Ще одним прикладом гіперболізації може слугувати слово *« le drame »*, що робить висловлювання яскравим та стилістично маркованим: *« Si l'on sait peu de choses sur le composant linguistique, le drame est qu'on en sait trop sur le composant rhétorique…»* [5, с. 131]. На відміну від перебільшення, у науковому тексті можна знайти і применшення значення, ***літоту***, яка вербалізується у виразі *« deux mots »* і вживається декілька разів науковцем: *« Deux mots, d'abord, sur la fonction que peut avoir la tentative de formalisation présentée ici »* [5, с. 143].

Отже, лінгвопрагматичний аналіз показав, що науковому дискурсу французького дослідника Освальда Дюкро притаманні як «класичні» ознаки наукового стилю, такі

як вживання спеціальних термінів, складні синтаксичні конструкції, виразна композиційна структура тексту, так і різні лінгвостилістичні особливості, зокрема частотне вживання заперечних конструкцій, безособових речень та риторичних запитань, що роблять науковий стиль більш цілісним, логічним та цікавим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арнольд И.В.* Стилистика современного английского языка: Стилистика декодирования [учеб. пособие] / И.В. Арнольд. – М. : Просвещение, 1990. – 303 с. 2. *Adam J.* La linguistique textuelle / Jean-Michel Adam. – P. : Armand Colin, 2015. – 320 p. 3. *Anscombre J., Ducrot O.* L'argumentation dans la langue / Jean-Claude Anscombre, Oswald Ducrot. – Liège : Mardaga, 1997. – 184 p. 4. *Buffard-Moret B.* Introduction à la stylistique / Brigitte Buffard-Moret. – P. : Armand Colin, 2015. – 128 p. 5. *Ducrot O.* Dire et ne pas dire : Principes de sémantique linguistique / Oswald Ducrot. – P. : Hermann, 1991. – 327 p.

Костюк М.Н., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНОГО ДИСКУРСА ОСВАЛЬДА ДЮКРО

В статье определены основные лингвопрагматические особенности научного дискурса О. Дюкро на основе работы «Dire et ne pas dire». Проанализированы графические, синтаксические, лексико-семантические и стилистические средства, которые характеризуют научный стиль О. Дюкро. Особое внимание уделено лексико-семантическим доминантам.

Ключевые слова*: научный дискурс, терминология, синтаксические конструкции, метафора.*

Kostiuk M.M., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUOPRAGMATIC PECULIARITIES OF OSWALD DUCROT'S SCIENTIFIC DISCOURSE

This article defines the main linguopragmatic peculiarities of O. Ducrot's scientific discourse on the basis of the work «Dire et ne pas dire». It analyses the main graphic, syntax and stylistic characteristics and techniques of his scientific style. The peculiar attention is paid on lexical and semantic dominants.

Key words: *scientific discourse, terminology, syntax, metaphor.*

УДК 32.019.51:316.77(71):29]:316.647.8

Литовченко Д., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АНТИМУСУЛЬМАНСЬКИХ СТЕРЕОТИПІВ У КАНАДСЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

У статті аналізуються особливості використання етнічних стереотипів щодо мусульман у канадських медіаджерелах, розглядаються способи їх лексичної репрезентації у контексті медіакультури Канади, порівнюється зображення мусульман у різних типах видань, досліджуються спроби нівелювання антимусульманських стереотипів у медіасередовищі Канади.

Ключові слова: *стереотип, етнокультурний стереотип, антимусульманський стереотип, стереотипізація, упередження, медіадискурс.*

З початком нового тисячоліття у ЗМІ різко змінилося висвітлення питань, пов'язаних із ісламом. Після подій 11 вересня 2001 року мусульманська тематика стала однією з основних у західному медіадискурсі. Особливих змін зазнали способи зображення мусульман та формування у аудиторії мас-медіа негативного ставлення до них. Негативізація образу мусульман у західній культурі сприяла виникненню нових мовних та позамовних способів їх репрезентації у медіадискурсі, у тому числі і за допомогою стереотипів.

Актуальність дослідження пояснюється складною природою феномену етнічних стереотипів, а отже, міждисциплінарним інтересом, який проявляють представники дискурс-аналізу, етнолінгвістики, комунікативної лінгвістики, лінгвокультурології, психолінгвістики, теорії мовної комунікації, медіалінгвістики, соціології та ін., до процесу стереотипізації етнічних груп та його лінгвістичної репрезентації.

Метою дослідження є особливості мовного оформлення етнічних стереотипів щодо мусульман у друкованих медіаматеріалах Канади, аналіз їх емотивної складової, розгляд маніпулятивної складової впливу антимусульманських стереотипів на читачів канадських медіаматеріалів, способи подачі інформації щодо подій за участю мусульман у різних виданнях, порівняльний аналіз статей на мусульманську тематику у «об'єктивній» та «жовтій» пресі Канади.

Стереотипізація як інструмент соціального пізнання світу, який дозволяє спрощувати соціальне оточення людини, категоризувати соціальну інформацію, утворює оцінну поляризацію соціальних груп і виконує функцію схематизації та спрощення [Шведова 2008, с. 11]. Продуктом цього процесу є стереотип – фрагмент мовної та концептуальної картини світу, що має логічну форму судження та здатність спрощувати і емоційно приписувати певній групі осіб певні установки, або відмовляти їм у них [Красных 2002, с. 179]. Стереотипи становлять найпростіші елементи суспільної психіки і є частиною оцінних думок, що характеризують людину в певному соціумі, а саме тому є національно і культурно специфічними [Бєлова 2002, с. 45].

Оскільки стереотип – це ментальне утворення, яке, проте, має вербальне втілення в мові та мовленні, то дослідники стереотипів аналізують письмові та усні джерела,

що містять стереотипи, а саме слова і фрази, що їх відображають. Лінгвістичний аналіз стереотипів у рамках когнітивного підходу доповнюється культурологічним аналізом [Ляшук 2006, с. 275]. Тому предметом розгляду при дослідженні стереотипізації виступають лінгвістичні механізми, що реалізують і супроводжують стереотипні висловлювання в дискурсі.

Стереотипи розрізняються за ступенем раціональності / ірраціональності інформації, яка в них міститься, і, отже, передається аудиторії, на яку орієнтуються медіаджерела. Цей аспект найбільш важливий з точки зору ефективності комунікації. Якщо стереотип більшою мірою правдивий, то він полегшує орієнтування комуніканта в ситуації міжкультурного спілкування. Якщо ж він не відповідає дійсності, то опора на нього тягне за собою комунікативні невдачі [Schaff 1991, с. 79].

Медіадискурс включає в себе усю сукупність лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, комунікативний простір функціонування певного текстового матеріалу, його культурний, етнічний, соціальний контекст, підтекст, тощо. У медіадискурсі інформація оформлюється за допомогою мовних та позамовних засобів таким чином, щоб утворити повідомлення, яке сприйметься загальною аудиторією як істинне та справить на неї необхідний вплив [Силантьев 2010, с. 79]. Тому для медіамови характерне використання багатьох видів стереотипів, серед яких етнічні стереотипи займають одну з ключових позицій.

Етнічні стереотипи як стандартизовані та схематизовані уявлення представників одного народу щодо іншого є невід'ємною частиною концептосфери соціуму. Утворення етнічних стереотипів у медіадискурсі базується на системі соціальних упереджень, що набувають нових значень у певній комунікативній ситуації або в умовах міжкультурних взаємодій [Levey, Modood 2009, с. 436]. Вербалізація етностереотипів відбувається за допомогою як окремих лексичних одиниць, так і фразеологізмів, речень, які проходять лексикалізацію й ідіоматизацію, та відтворюються автоматично в мовленні при наявності певних асоціацій у комунікативній ситуації [Городецька 2003, с. 6].

Етностереотипи як оцінні судження про представників інших етносів, які використовують журналісти, відображають специфіку сучасної самосвідомості націй та етносів, етнічну картину світу, характерну для сучасної політичної ситуації [Левченко 2001, с. 42]. Етнічні стереотипи завжди несуть емоційне навантаження, що може як допомогти, так і зашкодити подальшому сприйняттю об'єкта стереотипізації. Етнічні стереотипи відображають розбіжності в культурному досвіді тих чи інших етнічних груп [Гудков 2001, с. 20]. У західних мас-медіа за їх допомогою особливо часто ілюструється мусульманське питання.

Етнічні та, зокрема, антимусульманські стереотипи, а також їх репрезентація у медіаматеріалах, розглядаються у роботах таких дослідників, як П. Брамадат, Д. Сейджак, Д. Хеллі, Х. Гудфар, Ш. МакДоноу, Дж. Гудел.

Вивчення стереотипізації медіаматеріалів, яка стосується мусульманського питання, набуло значних обсягів внаслідок швидкого зростання антимусульманських поглядів у західних країнах, «медіавійни» проти представників ісламу та утворення і поширення великої кількості етнічних стереотипів щодо мусульман. Після виводу

військ США з Іраку у частині світових медіа намітилася тенденція до лібералізації мусульманського питання, проте ситуація знову загострилася після терактів у Парижі наприкінці 2015 року.

Оскільки медіаджерела різних англомовних країн зображують мусульман порізному, в залежності від соціальної та етнічної специфіки конфлікту, ми б хотіли зупинитися на особливостях репрезентації мусульман у медіадискурсі Канади.

На процес формування та функціонування антимусульманських стереотипів у Канаді впливає декілька факторів. Завдяки географічній близькості до США та схожості економічного та соціального розвитку цих двох країн Канада теж є країною, якій властиві інтенсивні міграційні процеси. Кількість мігрантів із країн Близького Сходу становить приблизно 11%. Канада також підтримувала США у «Війні проти тероризму» (*War on Terror*), яка була оголошена після подій 11 вересня [Gudel 2002]. Така підтримка призвела до зростання ісламофобії (проявів страху або ненависті до ісламу), що, в свою чергу, вплинуло на стереотипність репрезентації мусульман у канадських ЗМІ.

Визначною особливістю соціального простору Канади, у порівнянні з іншими англомовними країнами, є те, що Канада утворилася з двох колоніальних народів – «засновників» (і більшості їх релігійних традицій) – англійців і французів. На сьогодні у країні є дві офіційні мови; також була прийнята доктрина мультикультуралізму. Усі ці фактори сприяють більш помірному ставленню до мігрантів, оскільки вони теж захищені доктриною мультикультуралізму й мають право зберігати та розвивати власні культурні традиції на території Канади [Bouchard 2007]. Взагалі канадці дуже поважно ставляться до положень доктрини мультикультуралізму, на ній збудована велика частина внутрішньої політики країни. Це, у свою чергу, впливає на більш стриманий характер висловлювань стосовно етнічних спільнот у пресі в порівнянні з пресою США.

Однак, зважаючи на те, що велика кількість населення Канади має французьке коріння, події у Парижі наприкінці 2015 року набули широкого висвітлення як у франко-, так і в англомовній канадській пресі. При цьому порівняно невелика кількість видань зайняла відсторонену, неупереджену позицію щодо мусульман – як правило, риси невеликої групи представників «Ісламської Держави», що скоїли теракти та вбивства, переносилися на мусульман як етнічну групу в цілому. Приклади загострення негативної стереотипізації мусульман у пресі Канади після терактів у Парижі будуть наведені нижче.

Відповідно до спеціальної доповіді Національної ради канадських мусульман (NCCM), вияви ворожості стосовно мусульман прийняли різні форми в різних країнах. Можна помітити, що у період між 2010 та 2015 роками в Канаді ворожі дії, спрямовані проти мусульман, проявлялися швидше у формі образ, погроз і нападів на місця релігійного поклоніння, ніж у фізичній агресії. Проте після терактів у Парижі наприкінці 2015 року рівень проявів антимусульманської агресії у Канаді значно зріс: зареєстровані випадки побиття чоловіків-мусульман, зовнішність яких відповідає стереотипному образу мусульманина (чорняве волосся, довга борода, смаглява шкіра, темні очі, традиційний одяг). Також у перші декілька місяців після паризьких терактів фізичних атак зазнали жінки-мусульманки, що носять хіджаби або бурки, які

також є стереотипним образом та характерною рисою мусульманок в уяві пересічних громадян Канади через медійні стереотипи [NCCM Report 2015].

Завдяки тому, що канадська імміграційна політика надає перевагу мігрантам із закінченою вищою освітою, а також із професійними навичками, мусульмани, які отримали дозвіл на роботу або проживання впродовж останніх десяти років, як правило, походять із соціальних класів середнього і вище середнього рівня [McDonough and Hoodfar 2005, с. 136]. Незважаючи на таку політику стосовно мусульман-переселенців, найвищий рівень безробіття у Канаді зафіксований саме у мусульманській спільноті – це 14,4%. Дослідники міграційних процесів пояснюють цей феномен неоднаково. П. Брамадат і Д. Селджак вважають, що високий рівень безробіття серед мусульман у Канаді свідчить про стереотипне сприйняття цієї етнічної групи суспільством, яке з особливою підозрою ставиться до мігрантів з Близького Сходу [Bramadat, Seljak 2005, с. 79]. На противагу цій думці, Дж. Бушар наголошує на нижчому рівні освіти та кваліфікації мусульман у порівнянні з місцевим населенням і зауважує, що деякі з них не бажають адаптуватися та проходити додаткову професійну атестацію або підтверджувати диплом про вищу освіту [Bouchard 2007, с. 2].

Полярний підхід до сприйняття мусульманської спільноти як частини канадського суспільства впливає і на зображення цієї етнічної групи в медіаджерелах. Той самий факт або подія за участю мусульман може описуватись у різних виданнях з кардинально різних точок зору. Наприклад, зразу на наступний день після терористичних атак у Парижі наприкінці 2015 року у містечку Пітерборо невідомі здійснили підпал мечеті. Більшість видань відреагували на новину стримано; на лексичному рівні це виражається шляхом використання нейтральної, емотивно ненавантаженої лексики:

*Last month a **firebomb was placed** in one of the windows of the mosque, one day after the **attacks in Paris**, for which the **Islamic State of Iraq and Syria** claimed responsibility. The arson was one of a string of **anti-Muslim assaults** in Ontario that followed the **bloodshed** in the French capital* [CBC News Canada, November 15, с. 2015];

У вищенаведеному прикладі наявні «стандартні» словосполучення для статей на мусульманську тематику, які запускають у читачів механізм розпізнавання (***attacks in Paris***, ***Islamic State of Iraq and Syria, anti-Muslim assaults).*** Такі словосполучення розподілені у тексті статті рівномірно, а отже, формують перше враження читачів про тематику статті. Єдиним емоційним елементом, який висловлює негативне ставлення автора до зображених подій, є лексична одиниця ***bloodshed,*** яка здатна справити потрібний вплив на читача.

Деякі мас-медіа із засудженням зобразили вищезгадані злочинні дії:

*I`m not a Muslim, however **I am sorry** to hear this has happened to your **place of peace and worship**. **As a Canadian I am ashamed** that this **hatred** has been **bestowed upon you*** [Buzz Feed News Canada, November 15, с. 2015].

Автор використовує насичену емоціями лексику, речення у статті максимально короткі, експресивні, стиль написання висловлює обурення як автора, так і осіб, у яких бралися інтерв'ю. У цьому випадку ми спостерігаємо позитивну імплікацію стереотипів щодо мусульман, оскільки мусульманська мечеть у статті зображується за допомогою світлого образу: ***place of peace and worship.***

Проте невелика кількість видань, що належать до жовтої преси, зробили спроби ескалації конфлікту та звинуватили самих мусульман у зв'язку з підпалом мечеті. Локальне видання "The Beaverton" від 16 листопада 2015 р. вийшло зі статтею про те, що представники Ісламської Держави нібито відправили подарунок підпальникам та подякували за знищення мирних, а, отже, не потрібних їм мусульман:

*"**Thank you**, anonymous hate mongers," the note read, "**for helping to promote our brand of violence** with efficiency and grace. You have terrified innocent men, women, and children; you have taken safe spaces away from people who need them; and **you have strengthened the ideology of West-vs-East, of Christian-vs-Muslim**, that we rely on to sow unrest. It's such a wonderful surprise to meet **Westerners who hate peaceful Muslims as much as we do**"* [The Beaverton, November 16, 2015].

Автор статті розбурхує протистояння східної та західної культур, поляризує релігійні групи християн та мусульман шляхом використання прямого лексичного протиставлення (***West-vs-East, Christian-vs-Muslim***), а також негативно забарвленої лексики (***violence, terrified, unrest, hate***). При цьому, насилля приписується Ісламській Державі у вигляді метафоричного «бренду», просуванням якого хтось займається замість них. Повідомлення структуроване таким чином, що перше речення сприймається як урочиста подяка, яка згодом трансформується у відверте глузування. Проте, кінець повідомлення справляє на читачів неочікуване враження – мусульмани Ісламської Держави ненавидять звичайних мирних мусульман. Таке твердження розриває стандартний стереотипний шаблон про те, що всі мусульмани так чи інакше пов'язані з тероризмом, і змушує читачів замислитися про роль мирних мусульман у конфліктах та терористичних атаках.

Деякі канадські видання навмисно перекручують факти і звинувачують усіх без винятку мусульман у тих кривавих подіях, які відбувалися за участю декількох десятків їх радикально налаштованих одновірців. Така тенденція сприяє поляризації мусульман у цілому як етнічної групи та застосуванню до них стереотипу відповідальності за дії ісламських терористичних організацій. При цьому, коли самі представники мусульманської спільноти намагаються пояснити, що їх не варто ототожнювати з представниками радикального Ісламу, медіаджерела умисно подають таку новину разом із фактами злочинних дій терористів, маніпулюючи сприйняттям читача. Цей феномен наявний у статті, наведеній нижче:

*Love for all, hatred for none is not the first six words that pop into most people's minds when they see the many **merciless acts** committed throughout the world **in the name of Islam**.*

*Whether it's planes **flying into the World Trade Centre in New York City**, **Boko Haram kidnapping 276 schoolgirls** in Nigeria, the **Taliban shooting 14-year-old human right's advocate** Malala Yousafzai in the head in Pakistan or the beheadings, **live burnings** and **mass executions perpetrated by the Islamic State of Iraq and Syria**, a person would be forgiven for thinking **new depths of depravity are plumbed every day in the name of Islam*** [Amherst News, February 10, 2015].

Стаття стосується промови одного з проповідників, який намагався донести до аудиторії, що Іслам є мирною релігією, а радикали викривлено сприймають поняття

джихаду і насправді порушують, а не виконують приписи Корану. Проте, як бачимо, автор статті умисно згадує найвідоміші події, до яких були причетні ісламські терористи, і які вже вкорінились у свідомості західних читачів у якості стереотипів (***World Trade Centre, 276 schoolgirls kidnapping, Malala Yousafzai shooting***). Автор також маніпулює виключно яскравими негативними образами, вживаючи емоційно насичену лексику (***live burnings, mass executions, kidnapping***), що сприяє негативізації образу мусульман в цілому, ототожненню їх з терористами, причетними до згадуваних подій. Згадка найменувань відомих терористичних організацій (***Boko Haram, Taliban, the Islamic State of Iraq and Syria***) запускає механізм «спускового гачка» у свідомості читачів, і викликає перенесення стереотипного образу цих ісламських організацій на об'єднання мирних мусульман. Статтю завершує яскрава метафора, що відкрито позначає Іслам як «чужу», ворожу релігію та відокремлює її та її представників від західного світу (***new depths of depravity are plumbed every day in the name of Islam***).

Через велику кількість етнічних французів у Канаді події у Франції за участю радикальних мусульман сприймаються особливо гостро. Наприклад, вбивства працівників видання "Charlie Hebdo" на початку 2015 року через появу у цій газеті карикатур на пророка Мухаммеда, звісно, обурили весь світ. Проте канадські медіаджерела зобразили події лише з однієї точки зору, наприклад, філія видання "The Compass" у Квебеку:

The paper's brazen willingness to poke the bear of Muslim fanatics, by satirizing about the Prophet Mohammed and printing images of him, appears to be the reason ***two violent and demented young men*** *rushed into the newspaper's office and* ***wreaked their revenge****. All the while they were engaged in such* ***unholy work,*** *they were* ***chanting in praise of their god****. It's* ***doubtful any god was on their side****. It would be a minority of Canadians who agree with many of Charlie Hebdo's editorial decisions. But, certainly the vast majority of Canadians would support the* ***newspaper's right to exist*** [The Compass, January 12, 2015].

Автор статті говорить про свободу висловлювати власні погляди і виправдовує цим поведінку журналістів, проте забуває про релігійні свободи, які вони порушили. Таке порушення свобод описується за допомогою евфемізму ***satirizing… and printing images****,* що, як відомо, є досить суттєвою девіацією від фактів. Мусульмани-нападники зображуються за допомогою емоційних засобів виразності ***violent and demented***, автор відверто глузує над богом, у якого вони вірять, відмежовуючи його від «свого» бога за допомогою лексичної одиниці ***their (their god).*** Таким чином, у статті наявний чіткий поділ на «Своїх» і «Чужих», який завершується припущенням, зробленим за більшість канадців (*the vast majority of Canadians would support the* ***newspaper's right to exist***).

Деякі видання, навпаки, намагаються об'єктивно та відсторонено зобразити стереотипне ставлення до мусульман, яке все ще має місце у Канаді. Наприклад, одна з жінок-мусульманок, яка є членом консервативної партії, зауважує, що через прагнення набрати якомога більше голосів її колеги ведуть популярну антимусульманську кампанію:

Urz Heer, a turquoise scarf covering her hair, chastised her fellow Conservatives and party leadership, saying the campaign ***unfairly targeted her community****.*

*"This **party worked actively and aggressively against my people**," she said <…> "For the first time I felt like **I didn't belong here** and this was my country," she said, her voice breaking. Two issues – a **ban on wearing face veils** during citizenship ceremonies and a proposal for a tip line on "**barbaric cultural practices**" – were controversial policies put forward by the Tories during the campaign* [The Canadian Press, May 27, 2016].

Бачимо, що видання "The Canadian Press" також реагує з прихованим обуренням, хоча й намагається бути об'єктивним джерелом інформації. Висловлення позиції автора статті є помітним у використанні експресивних образів стану жінки-мусульманки (***her voice breaking, chastised… party leadership***). У цій статті також наявний поділ на «Своїх» і «Чужих», проте він зображується як стереотип, якого бажано уникати, оскільки жінка називає Канаду *my country*, а мусульман, одночасно з цим – ***my people,*** наголошуючи на опозиції не *Canadian-Muslim,* а *Conservatives-Muslims*. Таку позицію схвалює і автор статті, оскільки бере в лапки образливу для мусульман цитату *«**barbaric cultural practices**",* що стосується ставлення політиків-консерваторів до їх традицій.

Медіаджерела великих міст, які є центром суспільно-політичного життя Канади, останнім часом наголошують на загрозливих тенденціях відокремлення мусульман від інших членів суспільства країни. Такий факт є порушенням доктрини мультикультуралізму та рівних прав усіх без винятку громадян. Видання "Toronto Star" нещодавно розмістило публікацію про наслідки ісламських терактів у світі для мусульманської спільноти з Торонто:

*Toronto's **Muslim communities**, feeling **ostracized after 9/11**, were **stigmatized** in the trials' immediate aftermath and the government did little or nothing to **bridge that divide*** [Toronto Star, May 29, 2016].

За допомогою слів з образним навантаженням автор наголошує на різко негативному ставленні суспільства до фокус-групи ***Muslim communities*** за допомогою лексичних одиниць ***stigmatized, ostracized***, що містять сильний образний компонент. Також використовується метафоричний евфемізм ***bridge that divide,*** який досить помірно зображує ізоляцію мусульман у стереотипній групі «Чужих», називаючи її «поділом».

Особливо популярною у виданнях, які вважаються об'єктивною пресою, є тема розвінчання особливо вкорінених та яскравих стереотипів щодо мусульман. Наприклад, стандартний образ мусульманина, який вже більше 10 років культивується та нав'язується мас-медіа, включає в себе такі обов'язкові елементи, як головний убір, борода та вуса, довгий традиційний одяг. Медіаджерела Канади запозичили цей образ з американських видань на початку 2000-х років. Проте наразі деякі журналісти намагаються пояснити, що стереотипний образ мусульманина-терориста не варто ототожнювати з переважною більшістю пересічних мусульман:

*"You see **a guy with a beard**, **a practising Muslim**, and you think he's **a terrorist**. That's the image that's out there, but that's not really what Islam teaches us."* [Midland Mirror, September 15, 2011].

Вищенаведений приклад зображує стандартну схему сприйняття мусульман представниками західного світу. Вони вибудовують логічний ланцюг: ***a guy with a***

beard – a practising Muslim – a terrorist, і у такий спосіб сприймають усіх мусульман, ототожнюючи їх із терористами. Автор статті наголошує, що подібний стереотипний образ не відповідає дійсності, давно не є актуальним і призводить лише до загострення етнічних конфліктів.

Підсумовуючи результати дослідження антимусульманських стереотипів у медіадискурсі Канади, можна дійти декількох висновків. По-перше, через особливості міграційних процесів у минулому та тісні зв'язки як із медіакультурою Сполучених Штатів, так і з європейськими виданнями (особливо французькими), канадські медіастереотипи щодо мусульман містять стандартні образи «терориста» та «жінки у хіджабі». Журналісти пильно відстежують скоєні теракти у Північній Америці та Європі і висвітлюють такі події, як правило, в упереджений спосіб. Мусульмани-терористи ототожнюються з мусульманами як етнічною групою взагалі, а відповідальність за їх дії покладається на мусульман, найближчих до канадських журналістів. По-друге, у мас-медіа Канади одна і та сама подія може зображуватись із кардинально різних точок зору, оперуючи як негативними, так і позитивними стереотипами щодо мусульман. Позиція видання залежить від політичної сили, якій воно симпатизує, ступеня об'єктивності журналістів, регіону та ставлення редакції до етнічних питань у цілому. По-третє, у канадській пресі помітні тенденції до розвінчання стандартних стереотипів щодо мусульман та полегшення конфлікту «Захід-Схід» за допомогою більш толерантного та евфемістичного зображення певних ситуацій, намагання висвітлити події об'єктивно.

Перспективою дослідження є вивчення антимусульманських стереотипів у виданнях Сполученого Королівства, порівняльний аналіз стереотипного наповнення статей на мусульманську тематику у виданнях англомовних країн, лексико-семантичних особливостей утворення стереотипів щодо мусульман та ситуацій, що вплинули на їх утворення в залежності від регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бєлова А.Д.* Лексична семантика і міжкультурні стереотипи / А.Д. Бєлова // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: КНУ, 2002. – С. 43-54. 2. *Городецька О.В.* Національно-маркoвані концепти в британській мовній картині світу XX ст.: автореф… дис. канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2003. – 21 с. 3. *Гудков В.П.* Стереотип России и русских в сербской литературе / В.П. Гудков // Вестник Московского университета. – Серия 9. – Филология. – 2001. – № 2. – С. 20–24. 4. *Красных В.В.* Этнопсихология и лингвокультурология: Курс лекций / В.В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с. 5. *Левченко О.П.* Етнічні стереотипи у публіцистичному тексті // O. Levchenko. – Slowo. Tekst. Czas: Materialy Konferencji Naukowej. – Szczecin, 2001. – С. 41-43. 6. *Ляшук Н.В.* Стереотип як суб`єкт лінгвістичного аналізу / Н.В. Ляшук // Науковий вісник ВДУ ім. Лесі Українки. Серія філологічна. – 2006. – № 6. – С. 270-276. 7. *Силантьев И.В.* Дискурс и жанр // И. Силантьев. – Вестн. Новосиб. гос. ун-та, Серия: История, филология. – Новосибирск, 2010. – Т. 9, вып. 6: Журналистика. – С. 78–84. 8. *Шведова М.О.* Вербалізація образних стереотипів сприйняття часу в російській мові: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філолог. наук: спец. 10.02.02 «Російська мова» / М.О. Шведова. – К., 2008. – 19 с. 9. *Bouchard, G.* The Canadian Immigration System: An Overview. Workshop on German and European Migration and Immigration Policy from a Transatlantic Perspective: Challenge for the 21st

Century. – Toronto, 2007. Downloaded from: http://www.irpp.org/miscpubs/archive/bouchard_immig.pdf. 10. *Bramadat, Paul and Seljak, David*. Religion and Ethnicity in Canada. – Toronto: Pearson Education Canada Inc., 2005. 11. *Gudel, J*. A Post 9/11 Look at Islam. – Christian Research Institute: February 4, 2002. 12. *Helley, Denise*. Are Muslims Discriminated In Canada Since September 2001?. – INRS culture – société, 2004. – 41 p. 13. *Hoodfar H., McDonough, Sh.* The Muslim Veil in North America: Issues and Debates. – Toronto: Women's Press, 2003. – 306 p. 14. *Levey, Geoffrey Brahm, and Modood, Tariq*. The Muhammad Cartoons and Multicultural Democracies. – Ethnicities 9.3. – 2009. – P. 427-447. 15. *National Council of Canadian Muslims*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nccm.ca/programs/defending-rights/. 16. *Schaff, A*. The Pragmatic Function of Stereotypes: Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.degruyter.com/dg/viewarticle.fullcontentlink.

Литовченко Д., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНТИМУСУЛЬМАНСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В КАНАДСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

В статье анализируются особенности использования этнических стереотипов в отношении мусульман в канадских медиа источниках, рассматриваются способы их лексической репрезентации в контексте медиакультуры Канады, сравнивается изображение мусульман в различных типах изданий, исследуются попытки нивелирования антимусульманских стереотипов в медиа среде Канады.

Ключевые слова: *стереотип, этнокультурный стереотип, антимусульманский стереотип, стереотипизация, предубеждения, медиадискурс.*

Lytovchenko D., postgraduate
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PECULIARITIES OF ANTIMUSLIM STEREOTYPES APPLICATION IN THE CANADIAN MEDIA DISCOURCE

The article is aimed at researching the specific features of Muslim ethno-cultural stereotypes` use in the Canadian media sources, investigating the ways of their linguistic representation within the framework of Canadian media culture, comparing the depiction of Muslims in versatile printed media, reviewing the attempts of neutralizing the Muslim stereotypes in the media discourse of Canada.

Keywords: *stereotype, ethno-cultural stereotype, anti-Muslim stereotype, stereotyping, bias, media discourse.*

УДК 811.222.1-119

Мазепова О.В., д. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КУЛЬТУРНА СХЕМА *ŠEKASTENAFSI* (САМОПРИНИЖЕННЯ) У СКЛАДІ ПЕРСЬКОЇ СИСТЕМИ ВВІЧЛИВОСТІ *TA'ĀROF*

У статті розглянуто одну з провідних культурних схем перської системи ввічливості ***šekastenafsi*** *(самоприниження), яка має значне поширення в усіх видах соціальної взаємодії в Ірані і часто переноситься носіями перської мови і культури на спілкування іншою мовою. Специфіку і наслідки такого переносу визначено як одну з проблем міжкультурної комунікації з іранцями.*

Ключові слова: *перська мова, система ввічливості, мовленнєвий етикет, культурна схема, міжкультурна комунікація.*

Ввічливість як предмет наукового дослідження традиційно пов'язують з культурою мовлення та мовленнєвим етикетом. Проте останнім часом спостерігається тенденція виділяти ввічливість в окрему наукову проблему, інтерес до якої виявляють фахівці багатьох гуманітарних наук, таких як психологія, етнопсихологія, антропологія, культурологія, психолінгвістика, соціолінгвістика, прагматика тощо (див.: [Ларина 2009, с. 150]). Поштовхом до вивчення ввічливості у міжкультурному аспекті послужила монографія П. Браун і С. Левінсона [Brown, Levinson 1987], в якій зроблено спробу визначити універсальні стратегії ввічливості, притаманні носіям усіх мов і культур. Однак на сьогодні загально визнаним є те, що ввічливість, попри свою універсальність, має релятивний характер, бо конкретний її зміст є завжди національно-специфічним. За визначенням Т. Ларіної, ввічливість – це "універсальна комунікативна категорія, яка становить складну систему національно-специфічних стратегій, що відповідають очікуванням партнерів і спрямовані на гармонійне, безконфліктне спілкування" [Ларина 2009, с. 168–169].

Об'єктом дослідження у даній розвідці є перська система ввічливості **ta'ārof**, предметом – культурна схема **šekastenafsi** (самоприниження) як невід'ємна складова перської системи ввічливості. Метою статті є розгляд механізмів і специфіки функціонування культурної схеми **šekastenafsi** (самоприниження) в перському лінгвоментальному просторі. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю всебічного вивчення категорії ввічливості в різних мовно-культурних ареалах з огляду на ту важливу роль, яку вона відіграє у процесах міжкультурної взаємодії. Новизна дослідження полягає в тому, що вперше в українській лінгвоіраністиці зазначена культурна схема стає предметом окремого наукового пошуку.

Система ввічливості فراعت **ta'ārof** як найбільш складне і водночас найбільш показове явище перської лінгвокультури неодноразово привертала увагу як іранських, так і західних дослідників (див.: [Ahmadi, Ahmadi 1998; Asjodi 2001; Assadi 1980; Beeman 1986; 1988; 2001; DelVecchio Good, Good 1988; Eslami 2005; Hillmann 1981; Keshavarz 2011; Koutlaki 2002; O'Shea 2000; Sharifian 2005; 2007; Shirinbakhsh, Eslami

Rasekh 2012; Taleghani-Nikazm 1998]). Усі дослідники єдині в тому, що **ta'ārof** – це своєрідний етикетний комплекс, за яким ролі учасників спілкування розподіляються відповідно до статусу, віку, статі, родинних відносин, в яких вони знаходяться.

Нині загально визнано, що комунікативна категорія ввічливості й етикет співвідносяться між собою як частина і ціле. Різниця між ними полягає у виконуваних ними функціях. Як зазначає Н. Формановська, "головна функція ввічливості – демонстрація шанобливого ставлення до адресата, головна функція мовленнєвого етикету – встановлення і підтримання комунікативного контакту відповідно до суспільних конвенцій" [Формановская 2007, с. 23]. Етнологи переконані, що самий сенс існування етикету полягає у виявленні і закріпленні статусних відношень учасників комунікації. Власне, "етикет і покликаний забезпечити спілкування нерівних (за тими чи іншими параметрами) комунікантів" [Байбурін 1988, с. 24]. Проте іранський **ta'ārof** – це не лише статусне спілкування, це розгалужена система взаємовідношень, яка вкриває собою все соціальне життя іранців і заснована на ввічливості у дещо гіпертрофованих, з погляду європейців, проявах.

Переклад арабського за походженням слова **ta'ārof** становить неабияку проблему для перекладачів, оскільки однослівного еквівалента в інших мовах не існує. Попри те, що в арабській мові це слово має лише одне значення – "взаємне знайомство" [Баранов 1985, с. 510], у перській мові воно набуло значного семантичного розширення і тепер позначає цілу низку понять. У персько-російському словнику за ред. Ю. Рубінчика подано такі його значення: "обмін люб'язностями", "дотримання церемоній, умовностей", "підношення подарунку", "частування" [Персидско-русский словарь 1985, т. 1, с. 379]. У персько-англійському словнику за ред. А. Арйанпура наводиться ширший спектр значень цього слова: "комплімент(и)", "церемонія", "пропозиція", "подарунок", "чемність", "повага", "гарні манери", "ввічливість", "формальність", "лестощі" тощо [Aryanpur 1986, с. 306–307].

На думку іранських дослідників, однією з найважливіших культурних схем, через які реалізується перська система ввічливості **ta'ārof**, є культурна схема **šekastenafsi** (самоприниження) [Sharifian 2005]. За своєю морфемною будовою слово **šekastenafsi** (букв. ламання себе: **šekaste** *зламаний* + **nafs** *сам* + морфологічний показник **-i**) є похідним гібридним утворенням, яке складається з трьох елементів: дієприкметника минулого часу від перського дієслова **šekastan** «ламати», «бити», арабського слова **nafs** «сам», «особистість» та суфікса утворення абстрактних іменників **-i**. У персько-російському словнику за ред. Ю. Рубінчика слово شکسته نفسی **šekastenafsi** перекладається як «скромність», «простота» [Персидско-русский словарь 1985, т. 2, с. 108]. І дійсно, інколи це слово саме так і варто перекладати, як-от у такому уривку художнього тексту:

قداص). است ریقح ه‌ک دوب ه‌تفگ ی‌سفن ه‌تسکش ه‌ار زا رتخد و دوبن ریقح اه‌آ ه‌بلک
باه‌اس غو غو ،ی‌تاده).

Їхнє житло не було убогим. Дівчина називала його так через скромність. (С. Гедаят. Іграшка Сагаба) [Najafi 1999, т. 2, с. 965].

Проте, як засвідчило проведене дослідження, культурна схема, що позначається цим словом у перському лінгвоментальному просторі, лише почасти вкриває

понятійне поле “скромність” і аж ніяк не відповідає тому, що ми розуміємо під словом “простота”.

Культурна схема **šekastenafsi** у міжособистісній комунікації починає функціонувати тоді, коли людина отримує комплімент стосовно свого зовнішнього вигляду, характеру, майстерності, статку, певного досягнення, успіху тощо. У відповідь на отриманий комплімент учаснику комунікації рекомендується виказувати скромність, заперечуючи або мінімізуючи отриманий комплімент шляхом переведення похвали на адресу ініціатора компліменту, своєї родини, Бога або просто сприятливого збігу обставин. Іншими словами, ця схема заохочує комуніканта використовувати компліменти у відповідь для того, щоби не тільки виказати скромність, а й підвищити статус свого співрозмовника, членів своєї родини або будь-кого з тих, хто прямо чи непрямо був причетний до його успіху. У перській культурі не вітається самовихваляння, бо вважають, що це може ущемити права інших. Іранцям, як представникам колективістського типу культури, природніше вважати себе не незалежними індивідами, а членами певної групи (передусім родини), а тому своє існування, благополуччя і успіх вони розцінюють як такі, що належать всій групі. Розглянемо мікродіалог між двома чоловіками (Ч1, Ч2), який відтворює цю культурну схему:

Ч1: **vasf-e dāneš-e xārej-ol-āde-ye shomā-ro xeyli shenidim.** *Ми багато чули про Вашу надзвичайну обізнаність.*

Ч2: **xāheš mikonam, mā šāgerd-e šomā ham hesāb nemišim.** *Що Ви таке кажете! Я не вважаю себе навіть Вашим учнем.*

Як бачимо, отримувач компліменту (Ч2) своєю відповіддю водночас і скромно применшує свій талант, і підвищує статус свого співрозмовника.

Як зауважує М. О’Шеа, лестощі дуже поширені в іранській комунікації, а тому не-іранцям у відповідній ситуації можна рекомендувати «просто заперечувати скромно, як це роблять іранці, свою заслугу і вводити якийсь коментар, щоб полестити протилежній стороні» [O’Shea 2000, с. 83]. Взагалі ж для задіяння культурної схеми **šekastenafsi** у перській мові існує низка спеціальних висловів на кшталт:

(1) **češmā-tun qašang mibine** (букв. Ваші очі гарно бачать);

(2) **har či dārim az šomā dārim** (букв. все, що маємо, це завдяки Вам);

(3) **qābel-e šomā-ro nadāre** (букв. це Вас не варто);

(4) **motealleq be xodetun-e** (букв. це належить Вам).

Формула (1) використовується у відповідь на комплімент стосовно зовнішнього вигляду людини або деталі її вбрання. Вислови (2), (3), (4) становлять узвичаєні формули, які вживаються у відповідь на комплімент стосовно майна індивіда (напр., автомобіля чи будинку). Вислів (3) може використовуватися також у відповідь на похвалу того, що людина приготувала, зробила власноруч тощо [Sharifian 2007, с. 41–43].

Розглянемо кілька прикладів звичайного обміну репліками, що провокуються компліментами й повсякчас відбуваються між іранцями (наводимо за: [Shirinbakhsh, Eslami Rasekh 2012]).

Приклад 1. Комплімент жінці з приводу приготованої нею страви з боку її подруги:

Ж1: **dastpoxt-et āli-ye.** *Ти прекрасно готуєш.*

Ж2: **na, bābā, untorhā ham nist. māl-e xod-et behtar-e**. *Ну, що ти. Це зовсім не так. Ти сама набагато краще готуєш*.

Ж1: **šekastenafsi mikoni**. *Ти надто скромна* (букв. робиш **šekastenafsi**).

Наведений приклад становить редукований варіант застосування цієї культурної схеми, який частіше практикують представники іранської молоді. За спостереженням іранських дослідників, молоді люди порівняно з людьми середнього та старшого віку рідше використовують схему самоприниження (див.: [Sharifian 2005; Shirinbakhsh, Eslami Rasekh 2012]). За даними С. Ширінбахш і А. Есламі Расех, якщо люди середнього віку вдаються до застосування цієї схеми у 43,6%, то молодь – лише у 28,7% [Shirinbakhsh, Eslami Rasekh 2012, с. 5]. Як правило, молоді люди, хоч і відповідають компліментом на комплімент, проте швидше припиняють дію цієї схеми, наче «діагностувавши» початок її застосування. Саме так і відбулося в наведеному діалозі, коли Ж1 наче поклала край обміну люб'язностями, зауваживши, що її подруга вдається до **šekastenafsi**. Розглянемо ще один приклад, коли дія цієї схеми припиняється досить швидко.

Приклад 2. Дівчина 18 років запрошує свою подругу на вечірку. Коли вечірка майже скінчилася, подруга каже:

Д1: **vāy, che qazā-ye xošmaze-yi bud. āšpazi baladi-hā.** *Як було смачно! Ти знаєш, як треба готувати.*

Д2: **na, bābā. untorā ham balad nistam. faqat hamin ye no qazā-ro balad-am xošmaze bepazam**. *Ну що ти, не дуже-то я і вмію. Лише цю страву і можу добре приготувати.*

Д1: **bābā, dige čubkāri nakon.** *Ну що ти, не применшуй* (букв. більше не займайся деревообробкою).

Як видно з цього мікродіалогу, дівчина, яка подякувала подрузі за частування (Д1), у відповідь на її применшення свого вміння гарно готувати наче не схотіла продовжувати підтримувати схему **šekastenafsi** й припинила обмін компліментами відповідною реплікою: **bābā, dige čubkāri nakon** (букв. більше не займайся деревообробкою).

Приклад 3. Наведемо діалог, який засвідчує, що люди середнього віку більш охоче підтримують такий обмін люб'язностями. Цей діалог відбувся на вечірці між двома жінками приблизно 55 (Ж1) та 40 (Ж2) років.

Ж1: **in lebās xeyli qašang-e. xod-et duxti?** *Дуже гарна сукня. Ти сама пошила?*

Ж2: **bale.** *Так.*

Ж1: **āfarin, če honarmand!** *Молодець, яка майстриня!*

Ж2: **be pā-ye xayyāti-ye šomā ke nemirese**. *Але моє шиття не таке гарне, як у Вас* (букв. не досягає ніг Вашого шиття).

Ж1: **extiyār dārin. In če harfi-ye. šomā dige ostād šodin, az mā zadin jelou. mā dige pir šodim**. *Що Ви таке кажете! Ви вже стали майстринею, мене випередили. Я вже стала стара.*

Ж2: **xāheš mikonam. mā šāgerd-e šomā-yim.** *Ну що Ви! Мені ще є, чому у Вас повчитися* (букв. ми – Ваші учні).

З цього діалогу можна помітити, що чим далі заглиблюються в обмін компліментами дві жінки, тим більш «ввічливими» стають форми, якими вони користуються. Так, у першій репліці жінка більш поважного віку (Ж1) звертається до своєї молодшої співрозмовниці (Ж2) на «ти», про що свідчить займенникова енклітика 2 особи однини **-et** та форма 2 особи однини від дієслова **duxtan** *шити*: **xod-et duxti?** Таке звертання є цілком природним з огляду на очевидне знайомство двох жінок та на певну різницю у віці. Проте, щойно жінка (Ж2) ввічливо «повертає» отриманий комплімент назад, як жінка (Ж1) теж переходить на «Ви», що засвідчують постановка дієслів у формі 2 особи множини (**extiyār dārin, ostād šodin, zadin jelou**) та обрання відповідних форм особових займенників: **šomā** *Ви* для співрозмовниці і **mā** *ми* для себе. Варто зауважити, що займенник «ми» для позначення власної особи в перській мові має зовсім інший сенс, ніж у європейських мовах. Якщо в європейських мовах «ми» про себе може сказати лише особа високого статусу, то в перській мові цим займенником навпаки користуються для самоприниження, бажаючи підкреслити скромність мовця і його низький статус (див., напр.: [Taleghani-Nikazm 1998, с. 8]), пор.:

(ایرچ کنیم. ما خدمت این خانم و یا توی بابا دیاراد ناچ ات مه ام دیا هداد تاچن ار من نوچ امش پزشکازد، دایی جا نان پلوئن).

Оскільки Ви мене врятували, тепер і я (букв. ми)*, допоки живий, повинен служити в цьому будинку.* (І. Пезешкзад. Дядечко Наполеон).

На думку С. Кутлакі, використовуючи «ми», мовець «начебто відмовляється від свого «я», розпилюючи і розчиняючи його в «колективному» займеннику множини» [Кутлаки 2011, с. 63]. Отже, у прикладі 3 після отримання компліменту з боку молодшої співрозмовниці настає черга старшої жінки (Ж1) відповідати на комплімент і якось применшувати свій статус, що вона і робить, скромно заявляючи: **mā dige pir šodim** (букв. ми вже стали старими). Проте молодша жінка (Ж2) не може так залишити розмову, бо знає, що старша жінка (Ж1) казала це навмисно, розраховуючи почути ще один комплімент на свою адресу, тому вона і завершує обмін люб'язностями ще однією приємною для старшої жінки реплікою **mā šāgerd-e šomā-yim** (букв. ми – Ваші учні).

Приклад 4. Наведемо діалог між жінками-подругами однакового середнього віку, в якому об'єктом компліменту стає зачіска однієї з них.

Ж1: **muhā-t xeyli qašang šode**. *У тебе дуже гарна зачіска*.

Ж2: **ettefāqi-ye, in bār intor šode**. *Це випадково так вийшло цього разу.*

Ж1: **na, to xod-et xošgel-i, hame či be-het miyād**. *Ні, ти сама гарна, тому все тобі пасує.*

Ж2: **xošgeli az češmātun-e.** *Краса йде від твоїх* (букв. Ваших) *очей*.

Як бачимо, навіть у цьому діалозі жінок одного віку і однакового статусу відчутна тенденція до «етикетизації» спілкування. В останній репліці можна бачити посилення ввічливості за допомогою займенникової енклітики 2 особи множини **-tun** (літ. форма: **-etān**) у складі словосполучення **češmātun** *Ваші очі*.

Розглянемо украй мінімізований варіант застосування цієї схеми на рівні родинних зав'язків на прикладі розмови двох сестер.

Приклад 5. Жінка (Ж1) обговорює зі своєю сестрою (Ж2) проблему, яка виникла в неї. Та намагається її заспокоїти й якось втішити. У відповідь перша жінка із вдячністю висловлює другій комплімент з приводу її гарного характеру:

Ж1: **to xeyli mehrabun-i, sārā. mersi (bā labxand).** *Ти дуже добра, Саро. Дякую (з посмішкою).*

Ж2: **mehrabān? man? manzur-et xodet-i? (bā xande)**. *Добра? Я? Сама себе маєш на увазі? (зі сміхом).*

Тобто навіть на рівні спілкування двох сестер, у розмові, яка ні до чого не зобов'язує й не передбачає ніякого статусного розподілення ролей, ця культурна схема, хоч і у дуже редукованій формі, має місце, адже одна з сестер, отримавши від іншої комплімент стосовно своєї вдачі, тут же повертає його назад, «нагороджуючи» таким самим компліментом свою сестру.

Дослідники, які проводили анкетування серед іранської молоді і дійшли висновку, що культурна схема **šekastenafsi** серед сучасної молоді має значно менше поширення порівняно з людьми середнього та старшого віку, встановили, що молоді іранці у відповідь на компліменти переважно або просто дякують, або використовують вислови «скромності» на кшталт: **xāheš mikonam** *Ну що Ви!* (букв. Прошу), **lotf dārid** *Ви дуже люб'язні* (букв. Ви маєте милість), або максимум: **qābel nadāre** (букв. не варто) та **češmā-tun qašang mibine** (букв. Ваші очі гарно бачать) (див.: [Sharifian 2005]).

Цікаво зауважити, що іранці, спілкуючись із іноземцями, переносять елементи своєї культурної схеми на іншомовний дискурс. Про це свідчить проведене Ф. Шаріфіяном анкетування серед іранців, які вивчають англійську мову в Австралії. Зокрема, на запитання: Якою буде Ваша відповідь у такому випадку: Your friend is visiting your new-built house and says: «What a beautiful house!», найбільш частотними відповідями були: a) You are welcome, it is your house (пор. перс.: **xoš āmadid, xāne-ye xodetun-e** *Ласкаво просимо! Це Ваш власний будинок*); b) Thank you very much, your kind eyes look at everything positively (пор. перс.: **xeyli mamnun, češmā-tun qašang mibine** *Дуже дякую, Ваші очі гарно бачать*).

Як зазначає автор, перенесення перської схеми в англомовний дискурс може призводити до непорозумінь, одне з яких сталося між іранським студентом і його англомовним викладачем. Наведемо повністю діалог, що відбувся між ними:

Lecturer: *I heard you've won a prestigious award. Congratulations! This is fantastic.*

Student: *Thanks so much. I haven't done anything. It's the result of your effort and your knowledge. I owe it all to you.*

Lecturer (appearing uncomfortable): *Oh, no!!! Don't be ridiculous. It's all your work.*

Як бачимо з цього діалогу, відповідь студента спричинила певний дискомфорт для викладача, який, очевидно, виходячи з західної, англосаксонської культурної схеми, заснованої на шануванні особистих заслуг, відчув, що його внесок в успіх студента явно перебільшений, і студент просто хоче йому полестити. Натомість студент лише діяв у рамках своєї культурної схеми і аж ніяк не мав на увазі образити викладача недоречними лестощами.

Подібні описаному випадки, коли іранські студенти заперечують або намагаються "перекласти відповідальність" за свої досягнення, успіхи, талант на інших,

призводять до того, що у середовищі, де превалюють інші культурні цінності, вони виглядають дещо дивно і певною мірою втрачають свій авторитет. Оскільки сама схема діє на когнітивному рівні, її словесне оформлення може і не бути еквівалентним узвичаєним у таких випадках перським висловам. Зафіксовані випадки, коли у відповідь на похвалу студент міг заявити: "Ну що ви! У мене взагалі низький IQ" або: "О ні! Мені здається, що у мене досить посередні розумові здібності" тощо [Sharifian 2007, с. 44]. Проте зрозуміло, що згодом, з набуттям іранцями, що перебувають за кордоном, нового "культурного досвіду" і засвоєнням нових культурних схем таких випадків стає все менше.

З наведеного огляду можна зробити декілька висновків. По-перше, культурна схема **šekastenafsi** охоплює не лише спілкування з поважними людьми, яким потрібно виказувати шану через міркування соціального, вікового або статусного порядків, а й комунікацію з близькими знайомими, друзями та родичами (приклади 1, 5). По-друге, іранська молодь все менше практикує цю культурну схему, дотримуючись її формально або використовуючи у редукованій формі (приклади 2, 4). Очевидно, під впливом західних цінностей, що культивують успіх як мету кожної окремо взятої особистості, іранські молоді люди поступово відходять від традиції нівелювання компліментів і тяжіють до відвертого визнання своїх особистих заслуг. По-третє, іранці схильні застосовувати елементи культурної схеми **šekastenafsi** у міжкультурній комунікації. А тому навчання особливостей застосування цієї культурної схеми, формування навичок вчасно ідентифікувати і правильно реагувати на неї, використовуючи відповідні мовленнєві засоби, постає як одне з найважливіших завдань підготовки кваліфікованого фахівця з перської мови у вищому навчальному закладі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Байбурин А.К.* Об этнографическом изучении этикета / А.К. Байбурин // Этикет у народов Передней Азии : [сборник статей]. – М. : Главная редакция восточной литературы изд-ва «Наука», 1988. – С. 12-37. 2. *Баранов Х.К.* Арабско-русский словарь / Х.К. Баранов. – [6-е изд., стереотип.] – М. : Русский язык, 1985. – 944 с. 3. *Кутлаки С.* Среди иранцев : Путеводитель по нравам и обычаям самой закрытой страны мира / София Кутлаки ; пер. с англ. А. Ванюкова. – М. : ООО «Юнайтед Пресс», 2011. – 257 с. 4. *Ларина Т.В.* Категория вежливости и стиль коммуникации : Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Т.В. Ларина. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 512 с. 5. *Персидско-русский словарь.* В 2 т. / [Под ред. Ю.А. Рубинчика]. – М. : Русский язык, 1985. 6. *Формановская Н.И.* Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М. : ИКАР, 2007. – 480 с. 7. *Ahmadi N., Ahmadi F.* Iranian Islam : The Concept of the Individual / N. Ahmadi, F. Ahmadi. – London : MacMillan Press, 1998. – 281 p. 8. *Aryanpur Kashani A., Aryanpur Kashani M.* Aryanpur Persian-English Dictionary. – Tehran : Amir-Kabir Publications, 1986. – 605 p. 9. *Asjodi M.* A comparison between *ta'arof* in Persian and *limao* in Chinese / Minoo Asjodi // International Journal of Sociology of Language. – 2001. – No. 148. – P. 71–92. 10. *Assadi R.* Deference: Persian Style / Rezza Assadi // Anthropological Linguistics. – 1980. – Vol. 22.– P. 221–224. 11. *Beeman W.O.* Affectivity in Persian language use / William O. Beeman // Culture, Medicine, and Psychiatry. – 1988. – Vol. 12. – P. 9–30. 12. *Beeman W.O.* Emotion and Sincerity in Persian Discourse : Accomplishing and Representation of Inner States / William O. Beeman // International Journal of the Sociology of Language. – 2001. – Issue 148. –

P. 31–57. 13. *Beeman W.O.* Language, Status, and Power in Iran / William O. Beeman. – Bloomington : Indiana University Press, 1986. – 280 p. 14. *Brown P., Levinson S.* Politeness : Some Universals in Language Usage / Penelope Brown, Stephen Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 358 p. 15. *DelVecchio Good M., Good B.* Ritual, the state, and the transformation of emotional discourse in Iranian society / Mary-Jo DelVecchio Good, Byron J. Good // Culture, Medicine, and Psychiatry. – 1988. – Vol. 12. – P. 43–62. 16. *Eslami R.Z.* Invitations in Persian and English : Ostensible or Genuine? / Rasekh Z. Eslami // Intercultural Pragmatics. De Gruyter Mouton, 2005. – Vol. 2, Issue 4. – P. 453–480. 17. *Hillmann M.C.* Language and Social Distinctions / Michael C. Hillmann // Modern Iran : The Dialectics of Continuity and Change / edited by M. Bonine, N.R. Keddie. – Albany : State University of New York Press, 1981. – P. 327–340. 18. *Keshavarz M.H.* The role of social context, intimacy, and distance in the choice of forms of address / Mohammad H. Keshavarz // International Journal of the Sociology of Language. – 2011. – V. 148. – P. 5–18. 19. *Koutlaki S.A.* Offers and expressions of thanks as face enhancing acts : Tæ'arof in Persian / Sofia A. Koutlaki // Journal of Pragmatics, 2002. – Vol. 34, Issue 12. – P. 1733–1756. 20. *Najafi A.* Farhang-e fārsi-ye āmyāne. 2 jeld / Abulhasan Najafi. – Tehrān : Nilufar, 1999. 21. *O'Shea M.* Cultural Shock! Iran / Maria O'Shea. – Portland, OR : Graphic Arts Publishing Company, 2000. – 271 p. 22. *Sharifian F.* L1 cultural conceptualizations in L2 learning. The case of Persian-speaking learners of English / Farzad Sharifian // Applied Cultural Linguistics : implications for second language learning and intercultural communication / edited by Farzad Sharifian and Gary B. Palmer. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2007. – P. 33–51. 23. *Sharifian F.* The Persian cultural schema of *shekasteh-nafsi* : A study of complement responses in Persian and Anglo-Australian speakers / F. Sharifian // Pragmatics and Cognition. – 2005. – Vol. 13(2). – P. 337–361. 24. *Shirinbakhsh S., Eslami Rasekh, A.* The effect of age on cultural schema : The case of *Shekaste-nafsi* (modesty) in Persian / Salva Shirinbakhsh, Abbass Eslami Rasekh // International Journal of Research Studies in Language Learning. – 2012. – Vol. 1, No.1. – P. 1–14. 25. *Taleghani-Nikazm C.* Politeness in Persian interaction : The Preference Format of Offers in Persian / Carmen Taleghani-Nikazm // Crossroads of Language, Inter-action, and Culture. – 1998. – Vol. 1. – P. 3–11.

Мазепова Е.В., д. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КУЛЬТУРНАЯ СХЕМА *ŠEKASTENAFSI* (САМОУНИЧИЖЕНИЕ) В СОСТАВЕ ПЕРСИДСКОЙ СИСТЕМЫ ВЕЖЛИВОСТИ *TA'ĀROF*

В статье рассматривается одна из ведущих культурных схем персидской системы вежливости ***šekastenafsi*** *(самоуничижение), которая имеет широкое распространение во всех сферах социального взаимодействия в Иране и часто переносится носителями персидского языка и культуры на общение на другом языке. Специфику и последствия такого переноса квалифицировано как одну из проблем межкультурной коммуникации с иранцами.*

Ключевые слова: *персидский язык, система вежливости, речевой этикет, культурная схема, межкультурная коммуникация.*

Mazepova O., Doctor of Philology, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE CULTURAL SCHEME OF *ŠEKASTENAFSI* (SELF-ABASEMENT) IN THE PERSIAN SYSTEM OF POLITENESS

The article observes ***šekastenafsi*** *(self-abasement) – one of the most important cultural schemes of the Persian system of politeness, which is widely spread in all sorts of social interaction in Iran and is transferred by the Persian speakers to other languages communication. The specific nature and consequences of this transfer are qualified as one of the problems of intercultural communication with Iranians.*

Key words: *the Persian language, system of politeness, speech etiquette, cultural scheme, intercultural communication.*

УДК 81’42+811.111

Макаревич О.О., викладач
Житомирський державний університет імені Івана Франка

СПЕЦИФІКА РЕАКТИВНИХ ВИСЛОВЛЕНЬ АМЕРИКАНСЬКИХ ПІДЛІТКІВ У КОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ «INVITATION» (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО КІНОДИСКУРСУ)

Стаття присвячена аналізу фреймової структури комунікативної ситуації “Invitation” у ментальному просторі мовця-підлітка. Відбувається порівняння реакції адресата в залежності від стереотипних уявлень про особу адресанта. Мовець, не будучи ознайомленим із конкретною стратегією адресанта, обирає реактивну стратегію спонтанно, враховуючи попередньо створений стереотипний образ, тобто фреймову структуру, пов’язану з особою ініціатора розмови. Саме вплив цих факторів є вирішальним і становить цінність як об’єкт лінгвістичного дослідження.

Ключові слова: *мовленнєвий акт, фрейм, слот, комунікативна ситуація.*

Сучасні лінгвістичні студії характеризуються особливою увагою до категоризаційної роботи людського мозку. Одним із базових термінів у царині когнітивної лінгвістики є поняття «фрейму». Варто зазначити, що воно досі не отримало цілковитого і остаточного визначення, а також свого місця в системі родовидових відносин понять когнітивістики.

Мета й завдання статті. Мета дослідження – створення фреймової моделі комунікативної ситуації “Invitation” та наповнення її актуалізованим матеріалом з фрагмента американського кінодискурсу. Комунікативна ситуація – це вся широта контексту, у межах якого відбувається мовленнєва взаємодія [12]. Ці ситуації можна вважати фреймами, тобто когнітивними сценаріями, що зберігаються у ментальному просторі мовців.

Завдання статті – уточнити поняття фрейму в лінгвістиці, виокремити складові елементи досліджуваного фрейму і на їх основі вибудувати фреймову модель

комунікативної ситуації; проаналізувати відмінності структури і особливості заповнення слотів досліджуваного фрейму в залежності від пресупозицій адресата-підлітка (в межах комунікативної ситуації «Invitation»).

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Термін «фрейм» було введено в обіг М. Мінським у 1974 році, і стосувався він сфери розробки штучного інтелекту [11]. Розгляд проблематики поняття з суто лінгвістичної точки зору було здійснено Ч. Філмором, який вважав фрейм засобом відображення знань щодо навколишнього світу в ментальних структурах людського мозку, а також інструментом зворотної актуалізації мовних одиниць у певних стереотипних ситуаціях [15].

У сучасній лінгвістиці фрейм – поняття багатостороннє і розуміється як квант знань, що формується навколо ментального образу, містить у собі дані про суттєве, типове і можливе для цього образу [3, с. 15; 4, с. 18]; «каркас» даних для зберігання і актуалізації стереотипної ситуації [11, с. 300]; когнітивна модель, що відображає знання, пов'язані з конкретними, часто відтворюваними ситуаціями [3, с. 56]; когнітивна структура феноменологічного поля людини, що базується на ймовірних знаннях про типові ситуації, очікуваннях з приводу якостей і відносин реальних і гіпотетичних об'єктів [10, с. 168].

Теорія фреймів представлена на основі гіпотези щодо функціонування знань про світ у вигляді структурних елементів, що складаються з конкретних сценаріїв з фіксованим набором стереотипних ситуацій – фреймів. Вони економлять передачу і обробку інформації, оскільки активізують існуючі знання, нарівні з прихованими відомостями, що маються на увазі [13].

Фрейм – це багатокомпонентне, об'ємне ментальне утворення, що слугує створенню попередньої комунікативної стратегії [9]. Фрейм позначає структуровані концепти, входить до складу складного концепту, являє собою багаторівневе, об'ємне утворення, «пакет» інформації, здатний нести уявлення про типову ситуацію [2, с. 29; 1, с. 36]. Це когнітивна структура вищого порядку, оскільки фрейм – це форма організації ментального простору [14, с. 45].

Для нашого дослідження найбільш релевантним є розуміння фрейму як інтегральної конструкції, що включає у себе стереотипні, стандартизовані знання про предмет або явище. Це складна амбівалентна конструкція, що виражається у вигляді прогнозованих зв'язків – слотів [7, с. 86]. Слоти відповідають різним аспектам або параметрам, які виокремлюються на основі досвіду взаємодії людини з об'єктами даного типу [8].

Методиці когнітивного аналізу піддаються тексти різних дискурсів, тому актуальним є розгляд одного із значущих типів дискурсу сучасного суспільства – кінематографічного дискурсу, який у нашій статті буде досліджений на матеріалі кінофільму «Керрі» (2013).

Згідно із класифікацією С.А. Жаботинської використовуємо предметноцентрично-акціональний фрейм як сценарій комунікативної ситуації «Invitation». Тобто такий, що містить слоти, притаманні двом типам фреймів:

– предметноцентричний (складається із системи пропозицій, де до одного й того ж логічного суб'єкта приєднується декілька логічних предикатів; у центрі уваги перебуває сам предмет);

– акціональний (конституентами є декілька предметів, які наділяються семантичними ролями, акцент зміщується на взаємодію одного предмета з іншими) [5, с. 18].

Фрейм складається з вершини та слотів, які заповнюються пропозиціями, що є основними одиницями збереження інформації. Саме наповнення цих комірок актуалізованими знаннями впливає на подальший перебіг розмови. Тобто пресупозиційне заповнення слотів фрейму викликає відповідну комунікативну реакцію. На думку Карасика В.І., фрейм функціонує по типу спіралі: при активізації одного зі слотів людина залучає до вихідного образу весь свій життєвий досвід, що розгортає за ланцюжком фреймову структуру у ментальному просторі ініціатора розмови чи реципієнта. Диференціація цієї послідовності в залежності від актуального заповнення слотів фрейму «Invitation» впливає на успішність комунікації [6, с. 152–153]. Під терміном «Invitation» розуміємо усне запрошення когось відвідати певну подію [16] або саму ситуацію пропонування комусь відвідати певну подію [17]. Досліджуваний фрейм "Invitation" є ситуативним і засвоюється з досвіду людини. «Каркас» цього процесу у ментальному просторі людини можна зобразити наступним чином:

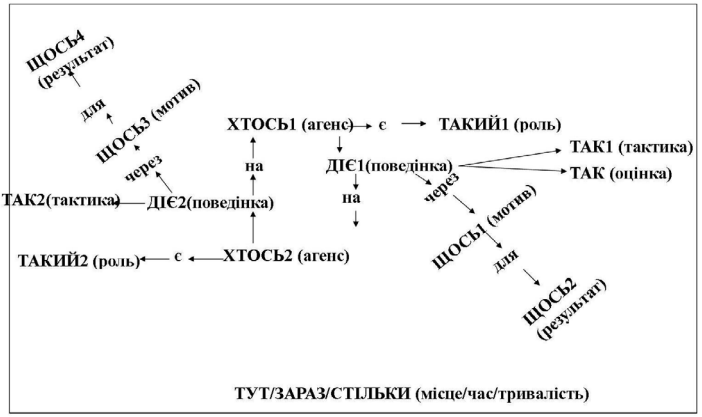


Рис.1 Фреймова модель ситуації спілкування "Invitation"

При розгляді досліджуваного кінодискурсу було відібрано два фрагменти запрошення дівчини на випускний вечір. В обох випадках реципієнтом мовленнєвого повідомлення (якому в ментальному просторі пацієнта відповідає стереотипний фрейм запрошення) виступає підліток-аутсайдер шкільного життя, дівчина, когнітивна картина світу якої була викривлена надмірною материнською опікою. Таким чином її потреби залишаються на рівні базових, не виходячи за рамки потреби в

безпеці. Саме через це дівчина намагається відмовити у запрошенні юнакові, оскільки розцінює це як виклик власній безпеці.

При комунікації з юнаком-однолітком (ХТОСЬ1), гравцем футбольної команди, зіркою школи (ТАКИЙ1 (роль)), який запрошує її на випускний вечір (ДІЄ1) за допомогою тактики пропозиції (ТАК1), у дівчини (ХТОСЬ2) інтроверта (ТАКИЙ2) активізується фрейм ситуації «Invitation». Слоти ХТОСЬ1 та ТАКИЙ1 заповнюються відповідними пропозиціями з конкретної комунікативної ситуації, а слоти ЩОСЬ1 (мотив) та ЩОСЬ2 (результат) отримують наповнення завдяки стереотипному уявленню про типового «шкільного красеня»: героїня фільму очікує знущання, глузування, пастку. Відповідно до цих слотів фрейм продовжує розгортатися у ментальному просторі дівчини, а слот ТАК1 (оцінка) також отримує викривлене узагальнене наповнення. Це зумовлює подальший вибір комунікативної поведінки (ДІЄ2). Відповідно до пресупозитивного очікування посягання на власну безпеку (ЩОСЬ2 (мотив)) обирається тактика непрямої відмови (ЩОСЬ$_2$ (результат)), що підтверджується наступними прикладами. На мовленнєвий акт непрямого запрошення, що активізується у вигляді асертиву (1), вона відповідає риторичним запитанням у формі квеситиву (2) і доповнює його категоричною відмовою, що актуалізується у мовленні директивами, спочатку ін'юнктивом (4), а потім реквестивом (5).

(1) - Um, I was wondering, if you don't have a date already, maybe you want to go with me.

(2) - ***What?***

(3) - Hey.

(4) - ***Stop!*** *(5)* ***Please, just stop trying to trick me****.*

В іншій комунікативній ситуації адресатом (адресант також незмінний) є все та ж старшокласниця, але з дещо зміненими пропозиціями слотів фрейму. Слот ТАК1 (оцінка) отримує нове наповнення, оскільки хлопець-представник демонструє поведінку (ДІЄ1), що розходиться зі стереотипним уявленням героїні фільму. Це впливає на слоти ЩОСЬ1 (мотив) та ЩОСЬ2 (результат). Тобто, у ментальному просторі героїні змінюється стереотипне уявлення про можливу тактику співрозмовника. Таким чином, на повторне запрошення, виражене мовленнєвим актом асертиву (6) персонаж дівчинка-підліток відповідає вже не категоричним директивом, а риторичним квеситивом (7), який повинен прояснити мотиви хлопця задля підтвердження її власної пресупозиції. Адресант розцінює даний комунікативний акт як прямий мовленнєвий акт запиту додаткової інформації і відповідає на нього асертивом (8), що підтверджує валідність наповнення слоту ЩОСЬ1 (результат) у ментальному просторі дівчини і задовольняє її потребу безпеки (ЩОСЬ3 (мотив)). У даній комунікативній ситуації, завдяки відмінному наповненню слотів, що стосуються агенса ситуації, адресат змінює свою тактику на кооперативну (ТАК$_2$ (тактика)): після демонстрації намірів хлопця героїня відповідає комунікативним актом згоди, вираженим промісивом (9).

(6)- ***I know, but I was hoping that you'd change your mind.***

(7)- Why are you doing this?

(8)- Because I think that we would have a good time.

(9)- ***Yes. Yes, okay, I'll go.***

Таким чином, можна стверджувати, що активізація фрейму в ментальних структурах мозку є значущою для реалізації реактивних мовленнєвих актів. Адже саме стереотипне уявлення про учасників і умови перебігу комунікативної ситуації є суттєвим при відборі комунікативних стратегій і тактик.

Висновки. Побудований нами фрейм комунікативної ситуації "Invitation" є інтегративною когнітивною моделлю, комбінацією акціонального і предметноцентричного фреймів, оскільки конституентами фрейму є люди, які наділяються семантичними ролями і параметрами. Він складається з тринадцяти слотів і відбиває прототипну ситуацію "Invitation", структуруючи інформацію про її причини, перебіг та результати. У перспективі дослідження – створення типології реактивних мовленнєвих актів та ситуацій, в яких вони реалізуються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Болдырев Н.Н*. Концепт и значение слова / Н.Н. Болдырев // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: / Под ред. И.А. Стернина. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2001. – С. 25–36. 2. *Болдырев Н.Н*. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36. 3. *Болдырев Н.Н*. Когнитивная семантика : Курс лекций по английской филологии / Н.Н. Болдырев. – Тамбов : ТГУ, 2000. – 123 с. 4. *Дейк Т.А ван*. Фреймы знаний и понимания речевых актов / Т.А. Дейк // Язык. Познание. Коммуникация. – М. : Прогресс, 1989. – С. 12–40. 5. *Жаботинская С.А*. Концептуальный анализ: типы фреймов / С.А. Жаботинская // Вісник Черкаського університету. – Вип. 11. – Черкаси, 1999. – С. 12-25. 6. *Карасик В.И*. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с. 7. *Красных В.В*. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация / В.В. Красных. – М. : Диалог-МГУ, 1998. – 350 с. 8. *Краткий словарь когнитивных терминов* / Кубрякова Е.С., Панкрац Ю.Г., Демьянков В.З., Лузина Л.Г. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 245 с. 9. *Кульчицкая Н.А*. Фрейм как тип лексического концепта (о новых взглядах на проблему фрейма в лингвистике) [Електронний ресурс] / Н.А. Кульчицкая. – Режим доступу : http://tpl1999.narod.ru/WEBLSE2002/SHEIGALLSE2002.HTM. 10. *Левицкий А.*Э. Функциональные подходы к классификации единиц современного английского языка / А.Э. Левицкий. – К. : АСА, 1998. – 362 с. 11. *Минский М*. Структура для представления знаний / М. Минский // Психология машинного зрения. – М. : Мир, 1978. – С. 249–338. 12. *Селиванова Е.А*. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : Монографическое учебное пособие. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с. 13. *Стефаненко Т.Г*. Этнические стереотипы – функции и свойства [Електронний ресурс] / Т.Г. Стефаненко. – Режим доступу : http://psyfactor.org/lib/stereotype8.htm. 14. *Тарасова И.А*. Фреймовый анализ в исследовании идиостилей / И.А. Тарасова // Филологические науки. – 2004. – № 4. – С. 42–49. 15. *Филлмор Ч*. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор : Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.23. – М. : Прогресс, 1988. – С. 52-92. 16. *Cambridge Dictionary* – Cambridge University Press [Електронний ресурс]. – Режим доступу : dictionary.cambridge.org/ru/. 17. *Merriam-Webster*: Dictionary and Thesaurus [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.merriam-webster.com/.

Макаревич О.О., преподаватель,
Житомирский государственный университет имени Ивана Франко

СПЕЦИФИКА РЕАКТИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ АМЕРИКАНСКИХ ПОДРОСТКОВ В КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ «INVITATION» (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКОГО КИНОДИСКУРСА)

Статья посвящена анализу фреймовой структуры коммуникативной ситуации "Invitation" в ментальном пространстве говорящего-подростка. Происходит сравнение реакции адресата в зависимости от стереотипных представлений о лице адресанта. Говорящий, не будучи ознакомлен с конкретной стратегией адресанта, избирает реактивную стратегию спонтанно, учитывая предварительно созданный стереотипный образ, т.е. фреймовую структуру, связанную с лицом инициатора разговора. Именно влияние этих факторов является решающим и представляет ценность как объект лингвистического исследования.

Ключевые слова: *речевой акт, фрейм, слот, коммуникативная ситуация.*

Makarevych O.O., lecturer
Zhytomyr Ivan Franko State University

AMERICAN TEENAGERS REACTIVE EXPRESSIONS' SPECIFICS IN COMMUNICATIVE SITUATION «INVITATION» (ON THE BASIS OF AMERICAN MOVIE DISCOURSE)

This article analyzes the frame structure of the communicative situation "Invitation" in the teenage speaker mental space. There is a comparison of the addressee response depending on stereotypes about conversation initiator. Not being familiar with a particular strategy of a sender, the answerer chooses reactive strategy spontaneously, taking into account pre-created stereotypical image, ie, frame-structure associated with the initiator's image. The effect of these factors on the further conversation development is decisive and valuable as an object of linguistic research.

Keywords : *speech act, frame, slot, communicative situation.*

УДК 003`398=811.161.2:811.11

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

ЕТНОСИМВОЛ "СОНЦЕ" В АНГЛОМОВНОМУ ПЕРЕКЛАДІ ПОЕЗІЇ ІВАНА ДРАЧА "ЧОРНИЙ ЕТЮД"

У статті проаналізовано роль етнокультурних особливостей солярного символу «Сонце» на матеріалі англомовного перекладу поезії Івана Драча «Чорний етюд». Етносимвол розглядається автором як магістральний компонент поетичного мовлення Івана Драча – відомого представника українських шістдесятників. Особливу увагу звернуто на перекладацьку інтерпретацію етносимволіки, можливості передачі метафоричного значення образу, враховуючи особливості української фольклорної традиції.

Ключові слова: *етносимвол, символ, фольклорна традиція, перекладацька інтерпретація, метафоричне значення.*

А, це ти! Ну що ж – переклади мене...
Стріляй мене – зорею
(І. Драч)

Актуальність появи наукової розвідки зумовлена теоретичним і практичним інтересом вітчизняних та зарубіжних перекладознавців до тонкощів відтворення етносимволічного вмісту поетичних текстів. **Мета** студії полягає в аналізі адекватності перекладацьких рішень при відтворенні солярної етносимволіки на матеріалі англомовних перекладів поезій Івана Драча. **Об'єктом** наукової студії є етносимвол "сонце" в оригінальних текстах та їх перекладах, а **предметом** – шляхи його відтворення у перекладі англійською мовою.

Творчість Івана Федоровича Драча, який нарік себе "соняшником" української літератури, сповнена неповторних глибоких осяянь, словесна магія яких завдячує плетиву символів національної культури. На прохання журналістки Ірини Славінської самому обрати власний "ярлик" в українському суспільстві І. Драч не задумуючись обрав "квітку сонця": "Он соняшник перед вами сидить. І в пору цвітіння. І в пору виробництва олії. Соняшник дуже виснажує землю. Як і рапс..." [3, с. 10]. Та дарма поет витлумачує свою роль в українському суспільстві вищеописаним чином, адже його творчість високо оцінив навіть сам Максим Тадейович Рильський, який у своїй статті "Батьки і діти", котра була опублікована у "Вечірньому Києві" (1961 рік), тішиться появі талановитої молоді, серед якої особливо виділяє Івана Драча, Миколу Вінграновського та Віталія Коротича. Михайло Наєнко зазначає, що "Іван Драч, як свідчать наведені його образи, був трепетно національний, але його національність усього лиш глибше "захована" в образ, ніж в інших шістдесятників" [6, с. 1012].

2 квітня 1976 року, виголошуючи слово на вечорі Івана Драча, присвяченому врученню державної премії УРСР ім. Т. Шевченка за збірку віршів "Корінь і крона", Дмитро Павличко назвав Драча "поетом з трудним обдаруванням, яке не приймає косності ні в чому, гидує трафаретом, завжди болить і завжди шукає в глибинах життя і в глибинах світової літератури, яка для поета є так само явиною живого життя, мотивів найголовніших, ідей найвизначальніших, засобів ремесла поетичного найновіших" [7, с. 103]. Стенлі Кюніц після особистого знайомства з тридцятирічним Іваном Драчем у Києві написав: "Його національне коріння – глибоке. Він поділяє віру селян у священність хліба і води… Хоча його вірші сповнені місцевим колоритом і фольклорними мотивами, вони мають всеосяжну звучність, яка дозволяє їм розлунювати далеко за межами Дніпра" (переклад наш – А. М.) [8, с. 2]. Популярність поезій І. Драча підтверджує і відомий українсько-канадський літературознавець і перекладач Ю. С. Н. Луцький, який у вступній статті до збірки перекладів поезій поетів-шістдесятників англійською мовою "Four Ukrainian Poets" відзначає також "інтелектуальність змісту Драчевих поезій, оповитих барвами художніх образів" (переклад наш – А. М.) [1].

Іван Дзюба вітає Драчеву народнопоетичну стихію та фольклорну поетику, яку той використовує задля розв'язання нових, підкреслено сучасних задач [2, с. 596]. Драчева поезія, наскрізь пронизана етносимволікою, занурює читача у світ народної

образності – широку галерею символів, осердям якої є загадкове, часом несповідиме, многоцвітне сонце. Поет аналогізує солярний етносимвол із різноманітними просторами, унаслідок чого змінюється і його метафоричне наповнення. Відтак, перед перекладачем стоїть непросте завдання: виявити, інтерпретувати та відтворити екстралінгвальний контекст етносимволу, який концентрується в колективній свідомості мовців як універсальний і не побутує в колективній свідомості мовців іншої лінгвокультури [4, с. 95]. Метафоризацію солярної етносимволіки І. Драч, як і решта представників літературного шістдесятництва, використовує не лише для тривіального зображення природних явищ.

Отож розглянемо приклади перекладацької інтерпретації етносимволіки в англомовному перекладі поезії Івана Драча "Чорний етюд", здійсненому тандемом перекладачів у складі Марти Богачевської-Хомяк та Данила Гузара Струк. Насамперед зауважимо, що приклади, аналізовані нижче, значно розширюють ділянки метафоричної проекції солярного етносимвола, що у свою чергу вимагає інтелектуальної активності перекладачів.

1. О, як **замало сонця** / в твоїм сімнадцятилітнім вітті, / Хоч сядь над тобою і **сонячно-буйно** плач

1.1. There`s **not enough sun** in you – your teenage braches dross. / One should cry over you / profusely, **sunnily**, lustily at that

Зазвичай перекладачу доводиться інтерпретувати етносимволічне наповнення не конкретного символу, а насамперед супутнього контексту. Саме ціннісно-маркований контекст дозволяє перекладачу вловити палітру метафоричних, а також символічних прочитань образів, зокрема і солярних. У даному прикладі спостерігаємо метафоричне ускладнення оригінальної символіки, що призводить до нівелювання ціннісно-маркованого змісту першотвору. Сонце – у конкретному прикладі тлумачиться як відчуття щастя, якого позбавлена юна дівчина, образ якої аналогізується із зеленим, сімнадцятилітнім віттям. У перекладі з'являється нетотожне оригіналові ***your teenage braches dross***, нове метафоричне наповнення якого кардинально відрізняється від оригінального, адже ***braches dross – тонке пагілля***, аналогізується з образом дівчини апатичної, безсилої, яка не має жаги до життя.

Неологічний дієприкметник ***сонячно-буйно*** у даному випадку є яскравою ілюстрацією метафоричного змісту етносимволу сонце, який перш за все реалізує його пряме значення: тепло й любов. Перекладачі відтворюють емоційно насичений образ описово: ***profusely, sunnily, lustily***, що яскраво передає зовнішню сторону образу. У даному випадку стилістично означений образ не отримав у перекладі підсиленого відповідника, який би надав перекладу емоційно-стилістичної точності.

profusely, sunnily, lustily

2...Чи дай мені радості, / тільки не склянку, а **сонячний океан**

2.1. Or give me some joy / **a sun-drenched** ocean, not a glass

З метою сформувати у читача рівноцінне оригіналу враження, перекладачі намагаються відтворити етносимволічне наповнення образу ***сонячний океан.*** За рахунок образного відповідника ***a sun-drenched ocean*** з'являється спільність асоціацій україномовного та англомовного читачів.

Враховуючи українську міфологічну традицію, І. Драч проектує на етносимвол сонце особливості індивідуального сприйняття світу, глибоко закоріненого в національно-культурне середовище українського народу. Таким чином, поет дещо переосмислює етнічний символ й увиразнює його звучання у незвичних на перший погляд словосполученнях, ототожнюючи сонце із великою радістю та безмежним щастям.

3.Де твій **сонячний вітер**, / тугий, соковитий? (І. Драч "Чорний етюд") [с. 12 4 ukr].

3.1 Where is your **sunny, sun-swept wind**, / lusty and firm? (Пер. М. Богачевська-Хомяк та Д. Г. Струк) [с. 13]

У прикладі 3., як і у прикладі 2. Іван Драч використовує лаконічний солярний образ у незвичному контекстуальному оточенні: ***сонячний вітер.*** Перекладачі усвідомлюють важливість етносимволічного наповнення образу і намагаються наблизити переклад до першотвору, уникаючи хибних тлумачень: ***sunny, sun-swept wind.*** Поезія є складною для відтворення у перекладі іншою мовою через свою ритмомелодійну структуру, поезія шістдесятників є об'єктивно складнішою для відтворення, адже її етносимволічний вимір необхідно трансформувати в культуру та мову перекладу, не допускаючи при цьому хибних перекладацьких інтерпретацій першотвору, а також надмірно високої присутності постаті перекладача в перекладі [5, с. 139].

Отже, беручи до уваги проаналізовані приклади відтворення специфічних етнокультурних особливостей солярного образу в англомовному перекладі поезії І. Драча, ми доходимо висновку, що етносимволічний простір поезії Івана Федоровича, як і решти представників українського літературного шістдесятництва, актуалізує еклектичні багатопланові солярні першообрази, індивідуально-авторське маркування яких свідчить про взаємопроникнення етнонаціонального та загальнолюдського початків. Для адекватного відтворення солярної етносимволіки невід'ємною складовою перекладацького процесу стає інтерпретаційна диференціація перевиражень змісту конкретного етносимволу, що у свою чергу уможливлює цілісну перцепцію оригінальної етносимволіки з огляду на різні інтерпретативні можливості перекладачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Four Ukrainian poets*: Drah, Korotych, Kostenko, Symonenko [edited, with an introduction by George S.N. Luckyi. Translated by Martha Bohachevsky-Chomiak and Danylo S.Struk]. – NY. : Quixote, 1969. – 84 p. 2. *Дзюба І.* З криниці літ: У 3 т. / Іван Дюзба. – Т. 3: Літературні портрети; Дніпровський меридіан; Зі спогадів. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2007. – 880 с. 3. *Драч І*. Сивим конем / Іван Драч. – Харків: Фоліо, 2011. – 187 с. 4. *Маркелова А*. До питання про перекладацьку інтерпретацію етносимволів в англійських перекладах поезії Івана Драча / Анастасія Маркелова // Актуальні питання філологічних наук: наукові дискусії: Міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 23-24 вересня 2016 року. – Одеса: "Південноукраїнська організація Центр філологічних досліджень", 2016. – 104 с. 5. *Маркелова А*. Етносимволічний потенціал англомовних перекладів поетичних творів Василя Стуса / Анастасія Маркелова // Актуальні проблеми філології та перекладознавства: збірник наукових праць. – Випуск десятий. – Хмельницький: ФОП Бідюк Є. І., 2016. – Том 2 (К-П). – С. 138-143. 6. *Наєнко М*. Художня література України. Від міфів до модерної реальності / Михайло Наєнко. – К. : Вид. центр "Просвіта", 2012. – 108 с. 7. *Павличко Д*. Голоси мого життя: ст., виступи, інтерв'ю, док. / Дмитро Павличко. – Кн. 1. – К. : Вид-во Соломії Павличко Основи, 2013. – 744 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

8. *Drach I*. Orchard Lamps / Ivan Drach. – [edited and introduced by Stanley Kunits]. – New York: The Sheep Meadow Press, 1978. – 71 p.

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

ЭТНОСИМВОЛ "СОЛНЦЕ" В АНГЛИЙСКОМ ПЕРЕВОДЕ ПОЭЗИИ ИВАНА ДРАЧА "ЧЕРНЫЙ ЭТЮД"

В статье проанализирована роль этнокультурных особенностей солярного символа «Солнце» на материале английского перевода поэзии Ивана Драча «Черный этюд». Этносимвол рассматривается автором как магистральный компонент поэтической речи Ивана Драча – известного представителя украинских шестидесятников. Особое внимание обращено на переводческую интерпретацию этносимволики, возможности передачи метафорического значения образа, учитывая особенности украинской фольклорной традиции.

Ключевые слова: *этносимвол, символ, фольклорная традиция, переводческая интерпретация, метафорическое значение.*

Markelova A., PhD student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ETHNIC SYMBOL "SUN" IN ENGLISH TRANSLATION OF THE POEM "BLACK ETUDE" BY IVAN DRACH

The article investigates the ethnic-cultural specification of the symbol "Sun" in the English translation of I. Drach`s poem "Black etude". The topicality is predefined by uniqueness of ethnosymbolic units, which are related to the reflection of Ukrainian culture by means of the English language. The purpose of the research is to demonstrate the interrelation between national and cultural component in the poetry of Sixtiers and analyze possible ways to render the cultural specific information ethnic symbol "Sun" evoke. Anisomorphic features in the English and Ukrainian literary imagery, and in particular in ethnic symbolism of the respective cultures, draw a range of radical dissimilarities between Ukrainians and Englishmen, taking into consideration their cultural perception of reality. Ethnic symbol reflects abovementioned culturally marked divergences.

Keywords*: ethnic symbol, symbol, folklore tradition, translational interpretation, metaphoric meaning.*

УДК 811.112.2’81’37

Материнська О.В., д. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕРОНІМІЯ В ДЗЕРКАЛІ РІЗНИХ ЛІНГВОКУЛЬТУР

Статтю присвячено висвітленню логіко-філософського підґрунтя існування меронімічних відношень (відношень між частиною та цілим) у лексичній системі мови, особливостям мовної реалізації цього типу семантичних відношень у різних лінгвокультурах та визначенню способів категоризації відношень між частиною та цілим носіями різних мов.

Ключові слова*: мероніми, меронімія, полісемія, наївна картина світу, таксономія, гіпо-гіперонімія.*

1. Організація лексичної системи мови вже не раз ставала об’єктом різноаспектних лінгвістичних досліджень у ономасіологічному, семасіологічному, когнітивному аспектах тощо. Питання існування та розробленості лексичної семантики залежить від можливості опису та дослідження величезного обсягу різномовного лексичного матеріалу за конкретними параметрами та критеріями [Materynska 2012, 2013, 2014]. Особливого значення набуває дослідження співвідношень між окремими одиницями лексичної системи мови, оскільки вони підпорядковані логічній організації дійсності та її відбиттю у мовній свідомості людини; тобто пізнання семантичних законів має спиратися також на закони логіки і надавати можливість створення неабсолютної, але достатньо точної моделі організації лексичної системи у різних мовах. З огляду на це таксономія є одним із базових параметрів лексичної типології та зіставної семантики [Падучева, с. 30]. У широкому розумінні під таксономією розуміють сукупність принципів та засобів або ж правил класифікації тих чи інших об’єктів. Таксономічні відношення характеризуються належністю тієї чи іншої одиниці до певного класу [Левицкий, с. 223]. Таксономічний принцип притаманний багатьом науковим класифікаціям світу природи, наприклад, біологічній класифікації царства тварин. У більш вузькому розумінні таксономія – це відношення змістовного включення між поняттям, що підпорядковує, є узагальнювальним, та поняттям, яке йому підпорядковується. Таксономія є ієрархічною логічною організацією певної системи понять, для лексичної системи вона є одним із основних її вимірів, що дозволяє систематизувати різноманітний лексичний матеріал та знання про нього. Різновидами таксономічних відношень є відношення гіпо-гіперонімії та досліджуване відношення меронімії. На перший погляд, вони є схожими за своєю суттю, але при детальнішому вивченні їхніх характеристик вони демонструють суттєві розбіжності, які безпосередньо впливають на їхнє функціонування у мові [Górska, p. 110]. Розрізнення цих типів семантичних відношень є кардинальним для визначення впливу, який вони здійснюють на формування семантичної організації лексичних одиниць та на характер їхньої взаємодії у лексичній системі.

1.1. Актуальність цього дослідження визначається необхідністю системного вивчення лексичної системи мови та базових типів семантичних відношень у ній,

меронімія при цьому розглядається як один із важливих типів парадигматичних відношень, який може виступати моделлю для вивчення закономірностей семантичного розвитку лексичної системи загалом.

На меті здійсненої розвідки – визначити особливості меронімічного типу відношень у лексичній системі мови та продемонструвати відмінності категоризації дійсності за допомогою цього типу парадигматичного (логіко-філософського та семантичного) типу зв'язку у лексичній системі мови. **Об'єктом дослідження** є лексеми на позначення частин цілого (мероніми) у німецькій та англійській мовах та їхні лексико-семантичні варіанти (ЛСВ). Використано також дані дослідження однієї з тематичних груп меронімів, а саме соматизмів (найменувань частин тіла, далі також НЧТ) на матеріалі 11 мов (індоєвропейських та урало-алтайських). **Предмет дослідження** складають особливості сприйняття та категоризації меронімічних відношень у різних лінгвокультурах.

1.2. Емпіричний матеріал дослідження системи меронімів на матеріалі німецької та англійської мов [Материнська 2012; Materynska 2013, 2014] складають лексичні одиниці, отримані шляхом суцільної вибірки з репрезентативних тлумачних та перекладних словників. Для відбору та аналізу мовного матеріалу було використано також тематичні, ідеографічні, етимологічні словники, електронні бази даних (Projekt Deutscher Wortschatz, 1998-2012), енциклопедичні джерела тощо. Загальний обсяг вибірки під час дослідження системи меронімів у німецькій та англійській мовах [Материнська 2012] становить 4730 лексичних одиниць (6098 ЛСВ) у німецькій мові та 1888 лексичних одиниць (6091 ЛСВ) у англійській мові. Отже, у двох досліджуваних мовах проаналізовано 6618 лексичних одиниць, загальна кількість їхніх значень складає 12 189 ЛСВ. Дані здійсненого типологічного дослідження соматизмів на матеріалі індоєвропейських та урало-алтайських мов [Материнська 2009; Materynska 2012, 2012a, 2014] становлять 665 НЧТ (2882 ЛСВ), де стандартна мова представлена 665 НЧТ (1867 ЛСВ), у сленгу та термінологічній галузі досліджено 109 НЧТ (304 ЛСВ) та відповідно 150 НЧТ (711 ЛСВ).

2. Вже в античні часи співвідношення між частиною та цілим були описані за допомогою базових логічних аксіом в працях Платона [Platon 1987] та Аристотеля [Aristotle 1912]. Дві основні позиції, що домінують при потрактуванні цих відношень, – це голістична концепція або ж холізм, що постулює примат цілого над частинами та неможливість виведення цілого з суми його частин, та мерізм, який стверджує, що ціле дорівнює сумі його частин [Handbook of Metaphysics and Ontology, p. 665]. Від періодів Античності, Середньовіччя й до сьогодення ці концепції розвиваються та синтезуються в тому, що відношення між частиною та цілим можна успішно розглядати згідно обох позицій. Аристотель визначає у «Метафізиці» ціле як таку сутність, в якої не є відсутньою жодна з необхідних їй від природи частин та таку, що містить елементи, які входять до її складу, утворюючи синергетичну єдність [Aristotle 1912, p. 281]. З його погляду, духовні сутності не можна розділяти на складові, він виходить з позицій холізму. Поняття партитивності він пов'язує з існуванням квантитативності, ставить питання розмежування гетерогенного та гомогенного цілого [Aristotle 1912, p. 279]. Так, гетерогенні об'єкти можуть складатися з гомогенних, але не навпаки, що

він ілюструє на прикладі складу частин тіла тварин [Aristotle 1912, p. 283]. Аристотель також обговорює питання збереження цілісності, можливості його деформації та руйнації [Handbook of Metaphysics, p. 666]. Згідно цих міркувань відділення, наприклад, волосся не зумовлює руйнації людини як цілого, вона також може втратити палець і залишитися цілим, яке функціонує, але це неможливо за умови втрати голови чи серця [Aristotle 1912, p. 283]. Тож, ставиться питання про потенційно відчужувані та невідчужувані частини, яке у сучасних лінгвістичних студіях слугує одним із важливих критеріїв опису меронімічних відношень [Gerstl 1995, Tversky1990].

2.1. Платон у діалозі *Парменід* [Platon 1987] формулює постулати трактування цілого (торкається аксіоми іррефлексивності або ж асиметрії (ASYM: коли $a < b$, тоді не може бути $b < a$) та транзитивності (TRANS: якщо $a < b$, а також $b < c$, то $a < c$ (тобто якщо a є частиною b, а b у свою чергу є частиною c, тоді a є також частиною c)). Він відштовхується від протилежного, формулює за допомогою діалогу між еллінськими філософами дві антонімічні думки: 1) ціле має частини; 2) ціле не має частин [Platon, S. 47-51]. Якщо ціле не має частин, то воно не має меж і тоді воно є безкінечним, не має форми, не існує у часі та просторі, не може бути виміряним. З іншого боку, якщо воно має частини, то необхідно вирішити питання стосовно того, що є первісним поняттям: ціле чи його частини; з'ясувати, як рухається процес пізнання: ціле пізнається через пізнання його частин чи навпаки; встановити чи можна звести ціле до суми його частин чи ні? [Platon, S. 11; 21; 63] Платон підкреслює примат цілого, але як дійсно ціле він розглядає лише продукт духовної діяльності людини, який не може визначатися сумою його частин [Platon, S. 21]. Натомість він виокремлює механістичне ціле, яке складається з матеріальних об'єктів та може відповідати сумі його частин.

2.2. Сучасна філософська думка розрізнює органічне та неорганічне ціле, при цьому неорганічне ціле більше обумовлюється характеристиками його частин, а органічне ціле (як-от: біологічні об'єкти, соціальні структури) визначає властивості своїх частин [Handbook of Metaphysics, p. 663; Husserl 2009]. Отже, сукупність трактується як ціле, чиї елементи можуть отримувати якості, притаманні всій сукупності або ж цілому, поєднуються за певними законами та не демонструють цих властивостей поза межами сукупності або ж системи цілого. Згідно короткого огляду основних постулатів логіки та філософської думки, про які йшлося, меронімія є важливою для цілої низки дисциплін, що є життєво важливими для людини з погляду осягнення нею свого місця у світі та практичного застосування принципів розбудови системи відношень між частиною та цілим для розробки комп'ютерної лінгвістики, а отже її формальної метамови, синергетичного підходу до трактування відношень між мовною та позамовною дійсністю. Зазначені питання висвітлюються у багатьох сучасних працях, що поєднують засади формальної логіки та лінгвістичного підходу до дослідження меронімічних відношень [Brown 2002, Chaffin 1992; Cruse 1979; Gerstl 1995; Iris 1988; Lutz 1996; Tversky 1990; Winston 1987]. У низці робіт Е. Рош [Rosch 1977] на матеріалі меронімів проілюстровано принципи «наївної» таксономії (сегментації дійсності) носіями різноструктурних мов [Andersen 1978].

3. Досліджений у цій роботі обсяг емпіричного матеріалу дозволяє зробити деякі узагальнення щодо сприйняття та категоризації відношень меронімії носіями різних

мов. У цілому можна сформулювати такі узагальнення щодо сприйняття та категоризації відношень між частиною та цілим носіями германських мов: 1) тематичні групи меронімів, до складу яких належать позначення частин конкретного матеріального об'єкта (соматизми, найменування частин рослин, частин неживої природи, частин артефактів та частин сукупностей), засвідчують більше спільних рис, аніж відмінних, оскільки належать до давнього, а отже, і спільного за походженням, шару лексичної системи досліджуваних мов; 2) основні відмінності, що спостерігаються у семантичній структурі лексичних одиниць, які входять до їхнього складу, стосуються продуктивності окремих моделей їхнього полісемічного розвитку та є відбиттям відмінностей у соціальному та побутовому устрої етносів, які знаходяться у фокусі цього дослідження. Розширення мовного набору під час дослідження семантики соматизмів також продемонструвало універсальність більшості уявлень людини про сегментацію світу на підставі антропоцентричного світобачення, утім були також виявлені суттєві розбіжності, які пояснюються наявністю етнокультурної специфіки в різних соціумах.

3.1. Спільним для різних мов світу є формування в межах уявлень людини про своє тіло системи «наївної», ненаукової анатомії, унаслідок чого соматизми стають потужним джерелом поповнення меронімічної лексики шляхом семантичної деривації, тобто за рахунок розвитку полісемії на підставі метафоричних переносів (антропоморфної метафори) та метонімії. У обох мовах частотним є проведення паралелей між органами тіла людини та її здібностями, відчуттями, психічними характеристиками, що відбивається у формуванні абстрактних переносних значень соматизмів, наприклад, нім. *Busen,* англ. *bosom* (букв. 'грудь') 'вмістилище почуттів, душа', *Kopf* (букв. 'голова'), 'розум', англ. *lip* (букв. 'губа') 'нахабство, зухвалість', нім. *Gesicht*, англ. *face* (букв. 'обличчя') 'зовнішня сторона, імідж', япон. *shinzō* (букв. 'серце') зухвалість, лат. *auss* (букв. 'вухо') 'слух, гарне сприйняття'. Для багатьох індоєвропейських мов, зокрема германських, характерним є позитивне сприйняття верхньої локативної зони людського тіла та більш негативне сприйняття нижньої локативної зони. Верхня локативна зона відзначається також найважливішим, центральним для людини значенням, що відбивається на регулярних моделях метафоричних переносів з НЧТ, розташованих у верхній локативній зоні тіла людини на позначення, центральних, кардинальних, понять, важливості чогось: нім. *Herz* (букв. 'серце') 'центр, ядро'. Німецькій мові притаманна значна деталізація найменувань сегментів людського тіла за рахунок використання великої кількості композитів на позначення тієї чи іншої частини тіла, специфікація яких досягається поєднанням декількох соматизмів. Для німецької мови особливо характерним є створення топонімії власного тіла, адже на позначення частин тіла людини та тварини у складі композитних утворень дуже часто використовуються локативні поняття, наприклад, *Körper**stelle*** 'ділянка тіла'. Спостерігається тісний взаємозв'язок між соматизмами та найменуваннями частин рослин, їхніх видів (нім. *Löwenmaul* 'левиний зев', *Löwenzahn* 'кульбаба'); позначеннями частин тіла тварин / їхніх видів, на позначення яких часто вживаються саме соматизми, наприклад, нім. *Nase* (букв. 'ніс') також має значення 'вид риби (подуст)'. На первинному етапі свого розвитку значна кількість соматизмів виникла на підставі

метафоричних переносів з предметів побуту на позначення частин тіла (наприклад, значення нім. *Schädel* та англ. *skull* (букв. ‘череп’), відбувався за рахунок метафоричного переносу за подібністю форми та функції: ‘посуд для пиття, коробочка’, пізніше ‘кришка’, ‘черепна коробка’. На сьогодні зворотня тенденція є продуктивною: соматизми використовуються для позначення частин різних артефактів (нім. *Nase*, англ. *nose* ‘ніс’ має також значення ‘ніс як частина певного артефакту: посуду, транспорту, наприклад, передня частина літака, авто та ін.’). Сприйняття світу природи через призму її корисності для людини відбивається на тому, що частини тіла тварини розглядаються людиною як умовно відчужувані, оскільки вони можуть слугувати їй їжею: наприклад, нім. *Ochsenzunge* ‘язик бугая (приготований як страва)’, англ. *oxtail* ‘хвіст бугая (використовується для приготування супів та соусів)’.

3.2. Важливим стереотипом для носіїв англійської мови є асоціація, пов’язана із найменуваннями частин будівель, що втілює ідею «Мій дім – моя фортеця»; згідно із таким стереотипом усі позначення несучих елементів конструкцій, підґрунтя, фундаменту розвивають переносні значення, пов’язані із відчуттям стабільності, захищеності: англ. *tower* букв. ‘вежа, башта’, *pillar* ‘стовп’ – ‘опора суспільства, надійна людина’, *keystone* букв. ‘замковий (ключовий) камінь (склепіння, арки)’, ‘наріжний камінь; основний принцип’. Такий стереотип також демонструє перехід уявлень, пов’язаних із матеріальними частинами об’єкта, до царини емоціональної оцінки явищ, уявлення про міцний фундамент, опору пов’язуються з позитивним відчуттям стабільності. Згадані частини споруд є найважливішими для функціонування будівлі, гарантією того, що вона не зруйнується. В уявленні людини саме така опора їй потрібна для того, аби її життя не зазнало руйнівних змін. Визначальне значення в обох досліджуваних мовах мають також позначення інструментів, зброї, адже саме ці предмети забезпечують життєздатність людини, можливість щось робити, захищатися. Вони належать також до базової лексики, яка має спільноіндоєвропейське походження.

3.3. Німецькій та англійській мовам властиве диференційоване позначення частин цілого згідно з їхніми функціями, формами. Значна кількість лексичних одиниць на позначення поняття «частини» позначає уламки деформованого цілого, у семантичній структурі яких може міститись інформація щодо причин руйнації. Такі лексеми мають великий семантичний потенціал. Значення деформованості у свідомості мовця часто пов’язується зі значенням неважливості, малої цінності: нім. *Fetzen* ‘клапоть’, англ. *rag* ‘лахміття, клапоть’ мають переносне значення ‘дешева сукня, яка погано сидить, лахміття’. Поясненням цьому слугує семантична ознака невідчужуваності, притаманна більшості меронімів у прямому значенні. Видалення певного фрагмента з цілого спричиняє його руйнацію, а отже порушує цілісність. Як вже зазначалося, поняття цілісності є первинним та глибоко закоріненим, підсвідомим, отже будь-яка спроба його порушити сприймається як негативне явище. З іншого боку, людина функціонує постійно реалізуючи принцип сегментації цілого у своїй свідомості, вона вирізняє менші сегменти, частини як конкретних, так і абстрактних понять. Негативна конотація, пов’язана із виділенням частини з цілого, є характерною саме для позначень конкретних матеріальних об’єктів, які у разі розділення зазнають видимої

деформації. Це не стосується понять та об'єктів, які підлягають сегментації лише у ментальному світі людини та позначають частини абстрактних понять, наприклад, нім. *Auszug*, англ. *excerpt*, *extract* 'витяг (з документа)'.

3.4. Квантитативні мероніми тісно пов'язані з матеріальним побутом людини, оскільки на початку формування метричної системи людина використовувала параметри власного тіла, різні предмети та ємності, контейнери для вимірювання та відмірювання. У німецькій та англійській мовах збереглося багато таких позначень: нім. *Sack*, англ. *sack* 'мішок як міра чогось', англ. *spindle* (букв. 'веретено') 'міра прядива', *pole* (букв. 'жердина') 'міра землі, площі 5 ½ ярда'; нім. *Barrel*, англ. *barrel* (букв. 'бочка') 'барель, англійська ємність, що дорівнює 167,3 літри, у міжнародній торгівлі 159 літрів', нім. *Anker* (букв. 'невелика бочечка') 'старовинна німецька міра рідини у 34-36 літрів', англ. *bushel* походить від середньоірландського *boss*, *bass* 'долоня' 'міра ємності фруктів, овочів і под.' Така система була неуніверсальною, визначалася особливостями побуту конкретного етносу.

3.5. Локативні мероніми в англійській мові демонструють важливість та глибоку закоріненість у мові значення землі для людини. Зафіксовано велику кількість локативних меронімів на позначення частини простору за правом володіння, наслідування, за власником: наприклад, *husbandland* 'ділянка, яку обробляє та на якій безпосередньо мешкає її власник на відміну від загальної території у володінні (лексема *husband* раніше мала значення не 'чоловік', а 'власник, господар дому')', більшість таких позначень походять з часів феодального ладу і вказують на тип володіння, якого вже не існує: англ. *fosterland* (від дангл. *fōstorland* = *fōstor* 'їжа, прожиття'+ *land* 'земля') 'ділянка, що надавалася у розпорядження монахів', *bookland* (від дангл. *bōcland* = *bōc* 'книга, закон'+ *land* 'земля').

3.6. Сегментація темпоральних понять є різною у межах генетично споріднених та ареально близьких індоєвропейських мов. Поняття доби, тобто 24 годин, членується на часові проміжки у свідомості носіїв різних мов неоднаково. Номінативна одиниця на позначення *доби* є лексичною лакуною для більшості західноєвропейських мов. Так, укр. лексемі *доба*, рос. сутки, дат. *døgn*, лат. *diennakt* (букв. 'день та ніч') відповідатимуть англ. словосполучення *24 hour period*, нім. *24 Stunden*, італ. *ventiquattro ore* 'період 24 годин' та англ. *day and night*, фр. *nuit et jour*, нім. *Tag und Nacht*, італ. *giorno e notte*, ісп. *noche y día* 'день та ніч'. Німецька лексема *Tag*, англ. *day*, дат. *dag*, фр. *jour*, італ. *giorno*, ісп. *dia* мають значення 'день (12 годин)' та 'доба (24 години)', значення *доба* виражається на рівні полісемії, а не позначається окремою лексемою, як, наприклад, в українській та російській мовах. Темпоральні мероніми у німецькій мові засвідчують стереотип важливості порядку та чіткості й акуратності у розподілі часу, найдрібніших його сегментів. Це характеризує також темпоральні мероніми в англійській мові, втім ступінь структурованості часового простору в німецькій мові є вищим. Такий стереотип є базовим для німецької мови, в якій впорядкування простору та часу за чітко визначеним сценарієм є неодмінною складовою менталітету її носіїв (нім. *Nachmittagszeit* 'час після обіду', *Zahlungstermin* 'термін сплати', *Wartezeit* 'час очікування'). Отже, можна стверджувати, що за наявності безперечних універсальних рис семантичної організації досліджуваних меронімів та їхнього сприйняття

у германських мовах, фіксуються певні відмінності навіть у цих близькоспоріднених мовах, що пояснюються їхніми культурноспецифічними особливостями. Важливим для тунгусо-маньчжурської групи мов є зв'язок між НЧТ та просторово-часовими уявленнями, напр.: евенк. *аркан* 'спина, плече, лопатка, тил, зад, задня сторона, захід'; евенк. *hорон* 'маківка, тім'я, череп, верхівка дерева, січень, лютий', евен. *hэјэ* 'тім'я, маківка, верх, зеніт, січень', що є незвичним для індоєвропейських мов.

Виявлення зазначених стереотипів сприйняття відношень між частиною та цілим в межах виокремлених тематичних груп меронімів є важливим також для розуміння їхніх структурних особливостей, які виходять не тільки з загальної будови досліджуваних мов, але й з реалізації сегментації цілого мовними засобами. Пріоритетним є виявлення основних способів позначення цілого у найменуванні частини та визначення типів семантичного кодування прототипічного цілого або ж його виду у назві частини імпліцитно або ж експліцитно.

4. Зазначене дозволяє сформулювати так узагальнення:

4.1. Відмінності у сформованій мовній картині світу відбиваються на семантиці лексичних одиниць, що проявляється у різній концептуалізації носіями конкретних мов певних фрагментів об'єктивної дійсності, побудові її лінгвоспецифічних моделей та обумовлює у мовному плані різну логіко-семантичну сегментацію навіть базових для людини понять.

4.2. Логічне підґрунтя явища меронімії уможливлює пошук кореляцій між мовними та позамовними чинниками існування виявлених семантичних зв'язків з-поміж елементів меронімічної системи. Як логіко-класифікаційний засіб організації лексичної системи мови меронімія є важливим об'єктом для зіставного та типологічного вивчення мов. Мероніми також дозволяють рельєфніше визначити особливості перенесення людиною її когнітивних механізмів на формування мовних моделей як засобів їхнього вираження.

4.3. Існування небіологічної, «наївної» сегментації цілого, яка відрізняється від її наукового аналогу, доведеного та правильного, здійснює значний вплив на розвиток полісемії меронімів, який ґрунтується на асоціативних зв'язках та суміжності, яку людина відновлює у своїй свідомості, впорядковуючи загальновідомі факти про об'єкти довкілля. Процес синтезу та сегментації знання про відношення між частиною та її цілим відбувається при цьому не тільки із залученням об'єктивних факторів, але й на підставі суб'єктивного бачення та типізації людиною системи позначень частин. Істотний вплив на сегментацію цілого у свідомості людини відіграють її міфологічні та космологічні уявлення, що походять з давніх часів.

4.4. Для досліджуваних германських мов вагоме значення мають римська та грецька міфологічні системи, оскільки запозичення лексики із цих мов відбувалося внаслідок адаптації певних традицій та стереотипів, латинська мова, як відомо, є важливим підґрунтям розвитку англійської мови. Найвідоміші аксіоми відношень між частиною та цілим дійшли до теперішнього часу з періоду Античності у майже незмінному вигляді. Вони позначаються на наборі семантичних ознак у прямому значенні меронімів, для яких семантичні ознаки транзитивності та асиметричності (нерефлексивності) є вагомими. Певна констеляція семантичних ознак у прямому

значенні меронімів відбиває тип відношення між цілим та його частиною та впливає на їхній подальший семантичний розвиток.

Перспектива запропонованого дослідження полягає у можливості подальшого вивчення семантичних зв'язків у лексиці із застосуванням розробленого концептуального апарату на матеріалі різних мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Левицкий В. В.* Семасиология / В.В. Левицкий. — Винница : Нова книга, 2006. — 508 с. 2. *Материнська О. В.* Типологія найменувань частин тіла : [монографія] / О. В. Материнська. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – 295 с. – (Типологічні, зіставні, діахронічні дослідження ; Т. 5). 3. *Материнська О. В.* Меронімічні відношення в лексичній системі німецької та англійської мов : [монографія] / О. В. Материнська. – Донецьк : Всеукраїнське держ. багатопрофільне видавництво Донбас, 2012. – 360 с. (Типологічні, зіставні, діахронічні дослідження. – Т. 8.). 4. Падучева Е. В. Динамические модели в системе языка / Е. В. Падучева. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 608 с. 5. *Andersen E.* Lexical Universals of Body-Part Terminology / Elaine Andersen / Universals of human languages. – Vol. 3. Word structure. – Stanford, California: Stanford University Press, 1978. – P. 335–368. 6. *Aristotle* The Metaphysics / Aristotle. – London ; New York : William Heinemann Ltd., G.P. Putnam's Sons, 1912. – 473 p. 7. *Brown C. H.*Paradigmatic relations of inclusion and identity II: Meronymy / Cecil Brown // Lexicology : an international handbook on the nature and structure of words and vocabularies : [in 2 volumes]. – Vol. 1. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2002. – P. 480–485. 8. *Chaffin R.* The concept of a semantic relation / Roger Chaffin // Frames, fields and contrast : new essays in semantic and lexical organization. – Hillsdale ; New-Jersey ; Hove ; London : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1992. – 464 p. 9. *Cruse D. A.* On the transitivity of the part-whole relation / Alan D. Cruse // Journal of Linguistics. – 1979. – Vol. 15/1. – P. 29-38. 10. Gerstl P. Midwinters, end games and body parts. Aclassification of part—whole relations / Peter Gerstl, Simone Pribbenow // Parts and wholes. Integrity and Granularity. – Bericht 49. – Hamburg : Graduirtenkolleg Kognitionswissenschaft, Universität Hamburg, 1995. – S. 23–49. 11. Górska E. On partonomy and taxonomy / Elisabeth Górska // Studia Anglica Posnaniensia. – 2003. – V. 39. – P. 103–111. 12. Handbook of Metaphysics and Ontology / [H. Burkhard, B. Smith (Hgg.)]. – Munich ; Philadelphia ; Vienna : Philosophia, 1991. — 1005 p. 13. *Husserl E.* Zur Lehre von den Ganzen und Teilen / Edmund Husserl // Logische Untersuchungen. – Hamburg : Felix Meiner Verlag, 2009. – 813 S. – (Philosophische Bibliothek ; Bd. 601). 14. *Iris M. A.* Problems of the part-whole relation / Madelyn Ann Iris, Bonnie E. Litovitz, Martha Evens // Relational model of the lexicon. Representing knowledge in semantic networks. – Cambridge ; New-York ; New Rochelle ; Melbourne ; Sydney : Cambridge University Press, 1988. – P. 261-287. 15. Lutz C. Untersuchungen zu Teil-Ganzes Relationen. Modellierungsanforderungen und Realisierung in Beschreibungslogiken / Carstin Lutz. – Hamburg : Universität Hamburg, 1996. – Mitteilung 258. – 79 S. 16. *Materynska O.* Typologie der Körperteilbenennungen: [Monographie / [Hgg. A. Kątny, K. Lukas, C. Schatte] / Olena Materynska. — Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New-York, Oxford, Warszawa, Wien : Peter Lang, 2012. – 246 S. (Danziger Beiträge zur Germanistik. – Bd. 41.). 17. *Materynska* O. Typologische Verallgemeinerungen im Bereich der Meronymie / Olena Materynska // Vielheit und Einheit der Germanistik weltweit : Akten des XII. internationalen Germanistenkongresses, Warschau 2010. Interkulturelles Verstehen und Kontrastives Vergleichen. Band 13 : Formen literarischer und interkultureller Zusammenarbeit. — Frankfurt am Main u.a. : Peter Lang, 2012a. – S. 161–168. 18. *Materynska O.* Meronymie im Deutschen und Englischen // Semantik und Pragmatik im Spannungsfeld der germanistischen und kontrastiven Linguistik. – Frankfurt am Main u.a. : Peter Lang, 2013. –

S. 71–81. (Donezk Studien zur Germanistik, kontrastiven und diachronen Linguistik – Bd. 1.) 19. *Materynska O.* Teil-Ganzes Beziehungen im interkullturellen Vergleich // [Festschrift für Prof. A. Kątny zum 65. Geburtstag / Olena Materynska. – Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New-York, Oxford, Warszawa, Wien : Peter Lang, 2014. – S. 357–369 (Danziger Beiträge zur Germanistik. – Bd. 48. 20. Platon Parmenides. Griechisch / Deutsch. – Stuttgart : Philipp Reclam Jun., 1987. – 207 S. 21. *Rosch E.* Classification of real world objects : origins and representations in cognition / Eleanor Rosch / Thinking readings in cognitive science. – Cambridge ; London ; New-York ; Melbourne : Cambridge University Press, 1977. – P. 212–222. 22. Tversky B. Where partonomies and taxonomies meet / Barbara Tversky // Meanings and Prototypes. Studies in linguistic categorisation, 1990. – London ; New York : Routledge. P. 334–344. 23. *Winston M. E., Chaffin R., Herrmann D.* A taxonomy of part-whole relations / Morton E. Winston, Roger Chaffin, Douglas Herrmann // Cognitive Science : a multidisciplinary journal. – 1987. – Vol. 11. – P. 417 – 444.

Материнская Е.В., д. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

МЕРОНИМИЯ В ЗЕРКАЛЕ РАЗНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУР

Статья посвящена исследованию логико-философской основы существования меронимических отношений (отношений между частью и целым) в лексической системе языка, особенностям языковой реализации этого типа семантических отношений в разных лингвокультурах, а также определению способов категоризации отношений между частью и целым носителями разных языков.

Ключевые слова*: меронимы, меронимия, полисемия, наивная картина мира, таксономия, гипо-гиперонимия.*

Materynska O.V., Dr. habil., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

MERONYMY IN DIFFERENT LINGUO-CULTURES

This paper dwells upon the logical and philosophical background of the meronymy relations (part-whole-relations) in the lexical system of language, denoting the peculiarities of the realization of this type of semantic relations by linguistic means, highlighting the main ways of part-whole-relations categorization by speakers of different languages.

Key words*: meronyms, meronymy, polysemy, naive worldview, taxonomy, hypo-hyperonymy.*

УДК 81'25

Михайленко О.О., *к. філол. н., доц.*
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

НАУКОВО-ІСТОРИЧНА ЛІТЕРАТУРА У ПЕРЕКЛАДІ

У статті проаналізовано ступінь відповідності тексту перекладу характеристикам тексту оригіналу в англомовному та україномовному перекладах російськомовного науково-історичного твору.

Ключові слова: *еквівалентність перекладу, науково-історичний текст, український переклад, англійський переклад, жанрові характеристики, прийоми та способи перекладу.*

У наш час у зв'язку із підвищеним інтересом до історії, розширенням міжнародних наукових зв'язків, а також необхідністю отримання та викладення історичного матеріалу англійською та іншими іноземними мовами особливої актуальності набуває проблема ґрунтовного дослідження наукових історичних текстів. У сучасній лінгвістиці є дослідження, присвячені мові історика як функціонально-стилістичному різновиду наукової мови. Проте в сучасному перекладознавстві все іще переважають наукові дослідження з перекладу текстів інших функціональних стилів, і варто було б приділити більше уваги аналізу наукового тексту, у нашому дослідженні – наукового історичного тексту, який з позицій перекладу детально не розглядався.

На думку провідних лінгвістів, наукові історичні твори виходять за межі ригоризованих наукових робіт. Мова історика – це синтез наукового та художнього стилів викладу, де художньо-зображувальні засоби не є декоративною прикрасою, але вони органічно вписуються у тканину наукової розповіді. Ця специфічна форма презентації наукового матеріалу зумовлена логікою мислення історика, що поєднує науку та мистецтво [1]. Історіографія є дискурсом, що, як правило, націлений на конструювання правдоподібної розповіді про серію подій, а не на статичний опис стану справ. Робота історика, який створює текст, фактично ототожнюється з літературною творчістю, та його змістова сторона поступається місцем розгляду формальних особливостей мови та стилю викладу [5].

Матеріал нашого дослідження цікавий перш за все своїм змістом. Для перекладацького аналізу взято роман видатного російського письменника, історика та військового аналітика Віктора Суворова "Ледокол", перекладеного 27 мовами світу, оскільки за своїм інформаційним впливом він є надзвичайно важливим для усього людства – в ній автор пропонує свою версію початку Другової світової війни. "Ледокол" – це "грандіозна історична реконструкція подій 1920-1940-х років, коли Радянський Союз під керівництвом Сталіна здійснював глобальний план перебудови світу заради досягнення своєї головної мети – світового панування. Складаючи відомі та маловідомі факти та події тих років у єдину мозаїку, автор розповідає про те, як керівництво СРСР на чолі із Сталіним намагалося роздмухати пожежу світової революції та нову світову війну, використовуючи Гітлера як "Криголама Революції" для завоювання Європи під прикриттям комуністичної ідеології" [10]. Наведена в книзі

аргументація базується переважно на матеріалах з відкритих джерел. Жанр книги – науково-історична література з елементами документальної публіцистики.

Цікаво те, що вперше (1990 р.) роман побачив світ саме англійською – під назвою "Icebreaker" у британському видавництві (переклад Томаса Бітті). У 2013 році вийшов його оновлений варіант російською, з якого був 2015 року здійснений український переклад під назвою "Криголам" (переклад братів Капранових). Роман цікавий читачеві своїм змістом та надзвичайно актуальний для подій сьогодення в Україні. За нашими даними, англійською роман не перевидавався, проте базова інформація з першого видання залишилася в новій версії російською незмінною.

Автор роману – російський політичний біженець (справжнє ім'я Володимир Резун), який понад 40 років живе у Великій Британії. Перші три книги його вийшли саме англійською, тобто в перекладі, а не в оригіналі. Роман "Icebreaker", опублікований авторитетним британським видавництвом того часу "Хейміш Хемільтон" у кількості лише 800 примірників, швидко завоював популярність у британському суспільстві, адже англійському читачеві, країна якого брала безпосередню участь у Другій світовій війні, надзвичайно важливо та цікаво дізнатися правду про ті трагічні події. Через декілька місяців вийшло вже німецьке видання роману (тираж – 8 000 примірників), що свідчить про підвищений інтерес в Німеччині та Європі взагалі до книги, що несе правду про війну. В Росії роман видали 1992 року – тираж у 100 000 примірників швидко розійшовся в продажу.

В роки, що минули, було продано 5 млн. примірників, що робить Віктора Суворова, за оцінками британської газети "The Times", "найбільш читаним військовим істориком у військовій історії", а його роман – "найоригінальнішим твором сучасної історії" [8]. У своєму огляді роману під назвою "Allbecrushing Intellect" – "Всеруйнуючий інтелект" [тут і далі пер. наш – О.М.] – журналіст британської газети "The Times" (5 травня 1990 року) А. Наврозов називає інтелект В. Суворова "allbecrushing" – "інтелект, що все руйнує, перемелює немов гігантське промислове жерно". Цей епітет був вперше використаний англійським поетом С. Коелріджем (поет сам назвав епітет неперекладним) щодо Канта: "I had in my mind the striking but untranslatable epithet, which the celebrated Mendelssohn applied to the great founder of the Critical Philosophy "Der alleszermalmende Kant," that is, the *allbecrushing*, or rather *the all-to-nothing-crushing Kant* [7]. Автор огляду вирішив цим промовистим епітетом скористатися, характеризуючи роман "Криголам", зазначивши, що "роман читається на одному подиху як елегантна теорема – і все завдяки могутньому інтелекту В. Суворова – інтелекту, що руйнує все навколо, знищуючи міфи…" [8]. Так, за оцінками газети "The Times", в особі А. Наврозова, "В. Суворов сперечається з кожною книгою, з кожною статтею, з кожним фільмом, з кожною директивою НАТО, з кожним припущенням британського уряду, з кожним чиновником Пентагону, з кожним академіком, з кожним комуністом та з кожним антикомуністом, з кожним неоконсервативним інтелектуалом, з кожною радянською піснею, поемою, романом, з кожною мелодією, що були почуті, написані, виконані за останні 60 років. Навіть тільки за це слід вважати "Криголам" В. Суворова найоригінальнішим твором у сучасній історії [8].

З передмови до української версії роману відомо, що "ця книжка змінила світ, зруйнувала міф про Велику Вітчизняну війну і завдала смертельного удару радянській імперії. Ця книжка відкрила очі мільйонам людей у багатьох країнах. Перші публікації "Криголама" у 1985 році викликали шквал дискусій, які не вщухають уже тридцять років. Десятки й сотні істориків намагаються спростувати висновки Віктора Суворова, захищаючи усталену версію причин початку Другої світової війни, але жодному з них це не вдалося. Ця книжка має бути в кожній родині, адже правда – найкращі ліки від радянських міфів, які, на жаль, досі панують у багатьох головах, і найкраща протиотрута від російської пропаганди, що відкрито або приховано атакує нас щодня" [9].

Українська громадськість на переклади його книг, зокрема на найважливішу з них – "Криголам", – відреагувала схвально.

Телеведучий і публіцист Юрій Макаров висловився про те, що "Суворов перевернув сприйняття історії XX століття. Зробив це на підставі здорового глузду та сили-силенної всім відомих фактів. Цим він відрізняється від численних творців божевільних теорій, від яких верне професіоналів. Нарешті головне: Суворов поховав радянський міф, і за це українці мають йому вклонитися" [9]. Політичний діяч Дмитро Ярош прокоментував вихід цього роману українською так: "Сподіваюсь, що україномовний "Криголам" сприятиме десовєтизації нашої Батьківщини й боротьбі українців за національну державу. Бо історія підтверджує, що тільки національна держава може захистити від імперських зазіхань та гарантувати нації свободу, розвиток і добробут" [9].

Особливу роль В. Суворова відзначено також у наукових публікаціях: **"**Наукове відкриття В. Суворова надало Україні нові можливості у визначенні свого місця і ролі в Другій світовій війні, додало потужні аргументи для протистояння імперській псевдоісторичній пропаганді. В історіографії Другої світової війни Володимир Різун зробив те, що Михайло Грушевський в історіографії східних слов'ян – революційний переворот" [3].

На нашу думку, цитати з передмови до російського видання книги (принаймні, деякі з них, особливо цитати з газет "Times", "Die Welt" та ін.) не слід було вилучати з українського перекладу, варто було б лише доповнити їх висловленнями українських громадських діячів – українському читачеві було б цікаво ознайомитися з поглядами на цей "криголамний" роман військових істориків, письменників та журналістів світу. Це стосується, наприклад, цитати з газети "Die Welt" від 23 березня 1989 року: "Ця книга написана професійним розвідником. Радянські товариші та їхні західні друзі будуть в дикій люті. Без бою вони не здадуть останню "білу пляму" в їхній історії. Не слухайте їх, читайте "Криголам"! Це – чесна книга!" [10].

Проаналізуємо два переклади цієї важливої за інформаційним впливом книги в інтерпретації англійського та українського перекладачів. Метою нашого дослідження є встановлення ступеня відповідності російського оригіналу роману та його українського та англійського перекладів (на прикладі вибраних фрагментів тексту) з точки зору їх смислової еквівалентності з огляду на ступінь відповідності жанровим характеристикам науково-історичного тексту та ступінь обґрунтованості використаних

прийомів та способів перекладу. Ці та інші критерії аналізу перекладів були запропоновані раніше в роботах українських перекладознавців [6].

Як відомо, специфіка тексту як об'єкта перекладу залежить від його комунікативного завдання, а також від функціональної, змістової та структурної характеристик, зумовлених належністю до певного жанру та стилю. Визначення жанрово-стилістичної специфіки твору важливе для перекладача, оскільки він повинен забезпечити ідентичність впливу на читача текстів оригіналу та перекладу [4, с. 3]. Дослідження історичного дискурсу – одне з найскладніших явищ, що довгий час залишалося на периферії дискурсології. Окреслимо основні, релевантні для перекладу ознаки історичного, зокрема науково-історичного дискурсу.

За словами його дослідників, унікальність історичного дискурсу полягає в тому, що у його формуванні беруть участь декілька видів концептуально пов'язаних текстів: першоджерела та створені на їх основі вторинні тексти (науково-історичні або художні твори, в яких експліцитно та імпліцитно прослідковуються не тільки першоджерела, але також і їх оцінка). У вторинному історичному дискурсі, який поділяється на науково-історичний та художньо-історичний, присутня історична свідомість письменника або дослідника, його інтерпретація подій минулого, викладених у першоджерелах. Науково-історичний дискурс, що підрозділяється на наративний та аналітичний, насправді є індивідуально-авторським, в якому відображається безпосереднє співчуття історика подіям минулого [2].

На нашу думку, обраний для перекладацького аналізу роман В. Суворова за всіма ознаками є науково-історичним твором, що поєднує в собі риси наративного та аналітичного підтипів вторинного історичного дискурсу. Це перш за все інформативний текст, оскільки основною функцією історичних розвідок є передача інформації. Проте текст також містить елементи художнього та публіцистичного стилів, оскільки за своєю літературною формою об'єкт нашого дослідження – це історичний роман, що базується на джерелах документальної інформації.

Важливо те, що історичний дискурс, породжений першоджерелом, динамічний та унікальний для сприйняття кожним істориком. Вторинні історичні тексти створюють ментальний простір, де ключовими є позиції та погляди історика, автора конкретного тексту, його картина сприйняття історичного минулого [2]. Для історичного дослідження особливо важливою є особистість вченого, що виявляється в його індивідуально-авторському стилі викладу – наборі рис, виборі яскравих прикладів, використанні художньо-зображувальних засобів, характерних лише для його творів. Чи можемо ми говорити про індивідуально-авторський дискурс В.Суворова? Напевно, так. Чи вдалося перекладачам передати основні риси індивідуально-авторського стилю історика, забезпечити ідентичність впливу на читача текстів оригіналу та перекладу? З'ясуємо це, проаналізувавши приклади перекладу.

Роман написаний цікавою, "живою" мовою, з яскравими прикладами та цитатами, з дещо занадто емоційними коментарями самого автора (елемент суб'єктивності), що робить книгу надзвичайно привабливою для читача – і для російського (мова оригіналу), і для українського, і для англійського, а також для читачів решти 25 мов

світу, на які перекладений цей роман. Проаналізуємо деякі особливості перекладу двома мовами одного оригіналу на прикладі вибраних фрагментів тексту.

Щодо ступеню відповідності тексту перекладу жанровим характеристикам тексту оригіналу, вважаємо, що текст перекладу загалом відповідає стилю та ознакам науково-історичних текстів, а перекладачам – і українському, і англійському – вдалося дотриматися норм мови перекладу та зберегти стиль викладу автора. Незначні стилістичні неточності в цілому не вплинули на смисл тексту перекладу. Щодо ступеню відповідності вибраних прийомів та способів перекладу, вони є загалом обґрунтованими. І в українському, і в англійському варіантах багато цікавих перекладацьких рішень, які можна взяти "на озброєння".

Наприклад, переклад речення 1 вважаємо цілком адекватним, смисл передано досить близько до оригіналу, з цікавими замінами та вилученнями від носія англійської мови:

1. Кто начал Вторую мировую войну? На этот вопрос отвечают по-разному. Единого мнения нет. Советское правительство, например, меняло свое мнение по этому вопросу многократно [10]. – Who started the Second World War? There is no single answer to this question. The Soviet government, for example, has repeatedly changed its official line on the issue [11]. – Хто розпочав Другу світову війну? На це питання відповідають по-різному. Єдиної думки немає. Радянський уряд, наприклад, змінював свою думку стосовно цього питання багато разів [9, с. 6].

Так, в англійському варіанті спостерігаємо об'єднання двох речень, описовий переклад ("There is no single answer to this question"), цікавий фразеологічний вираз ("свое мнение" – "its official line"). З тексту також вилучено речення "Единого мнения нет". Український варіант перекладу близький до оригіналу.

2. 5 мая 1941 года в секретной речи перед выпускниками военных академий Сталин назвал еще одного виновника – Германию [10]. – By 5 May 1941, the story had changed again: in a secret speech to graduates of military academies, Stalin laid the responsibility on Germany [11]. – 5 травня у таємній промові перед випускниками військових академій Сталін назвав ще одного винуватця – Німеччину [9, с. 7].

У перекладі на англійську з'явилося цікаве додавання, емоційніше за оригінал ("the story had changed again"), та описовий переклад ("laid the responsibility on Germany"). Український переклад дослівний.

3. Заявляю, что советские коммунисты обвиняли все страны мира в развязывании Второй мировой войны только для того, чтобы скрыть собственную позорную роль поджигателей войны [10]. – I would like to suggest that, from the beginning of the war, the Soviet communists made accusations against every country in the world with the deliberate intention of concealing their own role as its instigators [11]. – Заявляю, що радянські комуністи звинувачували всі країни світу у розв'язанні Другої світової війни лише з метою приховати власну ганебну роль її розпалювачів [9, с. 8].

Так, в англійському варіанті перекладач пом'якшив категоричність висловлення російського "Заявляю, что…", замінивши на "I would like to suggest…". Прикметник "позорный" англійським перекладачем вилучено, чим дещо спотворено смисл речення оригіналу. Очевидно, це було зроблено з ідеологічних міркувань, оскільки

англійський переклад побачив світ 1990 року, коли іще існував Радянський Союз. Автор англійського перекладу Томас Бітті загалом не передав у перекладі англійською всієї жорсткої критики сталінського режиму, якою пронизаний твір автора – з причин обережного ставлення на Заході до творів В. Суворова. Український переклад дослівний, із вдалим уникненням повтору слова "війна" ("поджигателей войны" – "її розпалювачів").

4. Давайте вспомним, что после Первой мировой войны Германия потеряла право иметь мощную армию и наступательное вооружение, включая танки, тяжелую артиллерию и боевые самолеты [10]. – After the First World War, the Treaty of Versailles deprived Germany of the right to a strong army and offensive weapons, including tanks, military aircraft, heavy artillery and submarines [11]. – Згадаймо, що після Першої світової війни Німеччина втратила право на потужну армію та наступальну зброю, включно із танками, важкою артилерією та бойовими літаками [9, с. 8].

У прикладі 4 спостерігаємо цікаве уточнююче додавання ("the Treaty of Versailles"), що пояснює сучасному англійському читачеві реалії Першої світової війни. В англійському перекладі з'являється також слово "submarines", яке в російському оригіналі відсутнє: але історичні реалії не спотворено, оскільки за Версальским договором підводні човни також були для Німеччини заборонені. Український перекладач передав смисл речення дослівно.

Приклади 5 та 6 свідчать про майстерність англійського перекладача (перекладач – білінгв та, перш за все, носій англійської мови), який віднайшов вдалі відповідники пари синонімічних прислівників "упорно и настойчиво" – "persistently and doggedly" (приклад 5), а також застосував цікавий фразеологічний переклад цілого фрагмента тексту (приклад 6). Українські майстри передали ці фрагменти речень близько до оригіналу:

5. Пришедших к власти нацистов Сталин упорно и настойчиво толкал к войне [10]. – Once the fascists had come to power, Stalin persistently and doggedly pushed towards war [11]. – Нацистів, які прийшли до влади, Сталін уперто й наполегливо підштовхував до війни [9, с. 9].

6. Вершина этих усилий – пакт Молотова – Риббентропа. Этим пактом Сталин гарантировал Гитлеру свободу действий в Европе и, по существу, сделал начало Второй мировой войны возможным и неизбежным [10]. – The high point of these efforts was the Molotov-Ribbentrop pact. In this pact, Stalin guaranteed Hitler freedom of action in Europe and, in effect, opened the floodgates of the Second World War [11]. – Вершина цих зусиль – пакт Молотова-Ріббентропа. Цим пактом Сталін гарантував Гітлеру свободу дій у Європі і цим самим зробив початок Другої світової війни можливим та невідворотним [9, с. 9].

7. Задолго до прихода Гитлера к власти советские лидеры нарекли его тайным титулом: Ледокол Революции. Прозвище точное и емкое. Сталин понимал, что Европа станет уязвима только в случае войны, и Ледокол Революции сможет сделать Европу уязвимой [10]. – Even before the Nazis came to power, the Soviet leaders had given Hitler the unofficial name of "Icebreaker for the Revolution". The name is both apt and fitting. The communists understood that Europe would be vulnerable only in the event of

war and that the Icebreaker for the Revolution could make it vulnerable [11]. – Задовго до того, як Гітлер прийшов до влади, радянські лідери назвали його таємним титулом: Криголам Революції. Прізвисько точне та містке. Сталін розумів, що Європа ослабне тільки у випадку війни і Криголам Революції зможе зробити Європу вразливою [9, с. 9.].

В обох варіантах перекладу речення 7 вдало підібрано словникові відповідники виділених прикметників. В англійському перекладі з'явився нейтральний іменник "name", який слід було б замінити на "nickname". В українському перекладі спостерігаємо вдалу заміну – "Європа ослабне", що було зроблене для уникнення повтору прикметника "уязвимый".

8. Сталин понимал, что войну выигрывает не тот, кто в нее вступает первым, а тот, кто вступает последним, и любезно уступил Гитлеру позорное право быть зачинщиком войны [10]. – Stalin understood better than Hitler that a war is won by the side which enters it last and not by the one which goes into it first. Stalin granted Hitler the doubtful honour of being the first [11]. – Сталін розумів, що війну виграє не той, хто її розпочинає, а той, хто вступає останнім, тому люб'язно поступився Гітлеру ганебним правом стати розпалювачем війни [9, с. 10].

Приклад 8 привертає увагу додаванням від англійського перекладача ("better than Hitler") та контекстуальною заміною словосполучення "позорное право" на більш описове та більш нейтральне "doubtful honour". Українським перекладачам повністю вдалося передати в перекладі авторську експресію.

9. Я считаю Гитлера людоедом европейского масштаба. Но если Гитлер был людоедом, из этого вовсе не следует, что сокрушивший Гитлера Сталин был вегетарианцем [10]. – Я вважаю Гітлера людожером європейського масштабу, але якщо він був людожером, то це зовсім не означає, що Сталін, який розтрощив Гітлера, був вегетаріанцем [9, с.10].

В англійській версії це речення повністю вилучене, можливо, як надто критичне, в українському перекладі емоційне порівняння автора передано повністю та цілком адекватно.

10. В Советском Союзе давно и тщательно почищены архивы, а то, что осталось, исследователям почти недоступно. Мне посчастливилось совсем немного поработать в архивах Министерства обороны СССР, но я совершенно сознательно почти не использую архивные материалы [10]. – The communists weeded their archives thoroughly a long time ago, but what still remains preserved there is almost inaccessible to researchers. I was fortunate enough to work briefly in the archives of the Soviet Ministry of Defence, but quite intentionally I am making little use of secret archival material [11]. – У Радянському Союзі давно і ретельно вичищено архіви, а те, що залишилося, майже не доступне для дослідників. Мені пощастило зовсім трохи попрацювати в архівах Міністерства оборони СРСР, але я цілком свідомо майже не використовую архівних матеріалів [9, с.10].

В англійському перекладі відбулася заміна пасиву активом ("communists weeded"), з'явився вдало підібраний носієм мови словниковий відповідник "weeded"

та фразеологічний еквівалент “почти не использую” – “I am making little use”. Український переклад дослівно передає смисл речення оригіналу.

11. У меня много материалов из германских военных архивов, но и их я практически не использую. Мой главный источник – открытые советские публикации. Даже их вполне достаточно для того, чтобы поставить советских коммунистов к позорному столбу и посадить их на скамью подсудимых рядом с германскими нацистами, а то и впереди них [10]. – Overt Soviet publications are my main source. Even these are quite sufficient to place Soviet communists in the dock with Nazis [11]. – У мене багато даних з німецьких військових архівів, але я їх теж практично не використовую. Мої головні джерела – відкриті радянські публікації. Навіть їх достатньо, щоб поставити радянських комуністів до ганебного стовпа і посадити на лаву підсудних поруч із німецькими нацистами, ба й попереду них [9, с.10.].

В англійському перекладі залишилася непереданою інформація про німецькі архіви, очевидно знову з ідеологічних міркувань – автор перекладу намагається більш нейтрально описувати те, що стосується Німеччини. У перекладі фрагмента про лаву підсудних вилучено еквівалент “а то и впереди них” – очевидно, знову для пом’якшення категоричності суворівського оцінного висловлення. З цієї ж причини незгаданим залишився і “позорный столб” – перекладач, очевидно, вважає цей фрагмент тексту надто емоційним для такої серйозної праці. Українські ж перекладачі зберегли всю експресію суворівського вислову.

12. Ценность моих источников в том, что в них преступники сами говорят о своих преступлениях [10]. – The value of my sources lies in the fact that it is the criminals themselves who speak of their own crimes [11]. – Цінність моїх джерел у тому, що в них злочинці самі говорять про власні злочини [9, с.10.].

У реченні 12 привертає увагу вдало використана емфатична конструкція (“it is the criminals themselves”), тож англійський переклад за своєю яскравістю “перевершив” оригінал. Український переклад як завжди близький до оригіналу.

Таким чином, зіставляючи українську та англійську версії роману, слід зазначити, що обидва переклади досить адекватні, здійснені досвідченими перекладачами, кожен з яких запропонував читачеві багато нестандартних перекладацьких рішень.

Усі наявні в тексті історизми, антропоніми, топоніми, назви подій, історичні реалії та інші лексичні елементи історичного дискурсу передані в перекладах адекватно, для всіх граматичних конструкцій, навіть тих, що не мають у мові перекладу прямих відповідників, знайдено перекладні еквіваленти, стилістику оригіналу передано в обох перекладах, аргументацію автора в цілому збережено, логічність викладу дотримано, перекладацькі стратегії використано перекладачами уміло та майстерно.

Проте переклади різні, що цілком природно. Англійська версія цікава своїми індивідуально-авторськими перекладацькими рішеннями, оскільки перекладач – носій англійської мови. Переклад характеризується лексичними, граматичними та стилістичними відповідниками, які міг дібрати тільки носій мови. Переклад не дослівний, відповідає нормам англійської мови. Проте в англійській версії помітно багато відхилень від оригіналу, здебільшого вилучень фрагментів тексту (можливо, через

цензурно-ідеологічні обмеження в англомовних перекладних виданнях), у той час як український перекладач передає думку автора набагато точніше. На нашу думку, Т. Бітті не передав у перекладі англійською всієї жорсткої критики сталінського режиму, якою пронизаний твір автора – з причин обережного ставлення на Заході до творів В.Суворова.

Український переклад в цілому адекватний, за смислом близький до оригіналу – українські перекладачі здійснювали переклад із близькоспорідненої мови. Перекладачам вдалося передати основні риси індивідуально-авторського стилю В.Суворова, забезпечивши ідентичність впливу на читача текстів оригіналу та перекладу. На питання, чи потрібні українські переклади російськомовних джерел, відповідь однозначна – так, потрібні, особливо на сучасному етапі динамічного розвитку України.

Перекладачеві науково-історичного твору необхідно бути трішки істориком – знати і розуміти реалії життя країни описуваного періоду часу, зробити перш за все для себе екскурс в історію того часу, щоб зрозуміти самому та донести до читача об'єктивно та правдиво зміст тексту оригіналу, особливо якщо оригінал містить нову, відмінну від підручникової точку зору на важливі для усього світу події. І переклад має бути максимально близьким до оригіналу, без скорочень та відхилень, незалежно від ідеологічних обмежень, що існують в суспільстві цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Миньяр-Белоручева А.П.* Теоретические основы изучения языка исторической науки: На материале современного английского языка: автореф. дис. ... доктора филол наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" [Електронний ресурс] / А.П. Миньяр-Белоручева. – Москва, 2001. – Режим доступу: http://www.dissercat.com/content/teoreticheskie-osnovy-izucheniya-yazyka-istoricheskoi-nauki-na-materiale-sovremennogo-anglii. 2. *Миньяр-Белоручева А.П.* Типология исторического дискурса / А.П. Миньяр-Белоручева [Електронний ресурс] // Язык и текст. – 2015. – Т. 2. – №2. – С. 8-16. – Режим доступу: http://psyjournals.ru/langpsy/2015/n2/Minyar-Beloroucheva.shtml. 3. *Лосєв І.* Чи отримає ворог Кремля звання Героя України? [Електронний ресурс] / І. Лосєв. – Режим доступу: http://www.radiosvoboda.org/a/27722729.html. 4. *Михайленко О.О.* Функціонально-стилістична специфіка науково-технічного тексту, орієнтована на переклад / О.О. Михайленко // Мовні і концептуальні картини світу. – 2014. – Вип.47. – Ч.2. – С. 21-29. 5. *Стризое А.Л.* Исторический текст как научный нарратив / А.Л. Стризое [Електронний ресурс] // Вестник ВолГУ. – Серия 4. – 2012. – №2. – С. 172-178. – Режим доступу: http://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskiy-tekst-kak-nauchnyy-narrativ. 6. *Черноватий Л.* Дослідження ступеня відповідності тексту перекладу характеристикам тексту оригіналу в анотаціях авторів українських дисертацій [Електронний ресурс]/ Л. Черноватий // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Лінгвістика. – 2011. – Вип. 15. – С. 344-349. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhdu_2011_15_82.pdf. 7. *Coleridge S.T.* Biographia Literaria: Biographical Sketches of My Literary Life &Opinions [Електронний ресурс] / S.T. Coleridge. – London, 1817. – 276 p. – Режим доступу: http://docslide.us/documents/samuel-taylor-coleridge-biographia-literaria.html. 8. *Navrozov A*. Allbecrushing Intellect [Електронний ресурс] / A. Navrozov. – Режим доступу: http://www.richardsorge.com/literature/books/navrozov_times.pdf.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. *Суворов В.* Криголам / В. Суворов. – К.: Гамазин, 2015. – 656 с. 10. *Суворов В.* Ледокол. Кто начал Вторую мировую войну? [Електронний ресурс] / В. Суворов. – Москва: Добрая книга, 2014. – 680 с. – Режим доступу: http://iknigi.net/avtor-viktor-suvorov/88000-ledokol-viktor-suvorov.html. 11. *Suvorov V.* Icebreaker. Who Started the Second World War? [Електронний ресурс]/ V. Suvorov; translated by Thomas B. Beattie. – London: Hamish Hamilton, 1990. – Режим доступу: http://jrbooksonline.com/pdf_books/icebreaker.pdf.

Михайленко Е.А., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

НАУЧНО-ИСТОРИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА В ПЕРЕВОДЕ

В статье проанализирована степень соответствия текста перевода характеристикам текста оригинала в англоязычном и украиноязычном переводах русскоязычного научно-исторического произведения.

Ключевые слова: *эквивалентность перевода, научно-исторический текст, украинский перевод, английский перевод, жанровые характеристики, приемы и способы перевода.*

Mykhailenko O.O., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ACADEMIC HISTORY TEXTS IN UKRAINIAN AND ENGLISH TRANSLATIONS

The article analyses the degree of conformity of source and target texts in Ukrainian and English language translations of the Russian language academic history book.

Keywords: *translation equivalence, academic history text, Ukrainian translation, English translation, genre features, translation techniques and methods.*

УДК 81’27

Mischynska I.V., PhD., Associate Professor
Khmelnitsky National Academy of State Border Guard Service of Ukraine

SOCIOLINGUISTIC ASPECT OF PRESERVING CULTURAL DIVERSITY BY LANGUAGE MEANS

The article contains the analysis of functions a language has in life of society. It deals with the role languages play in fostering self-identification of people and forming nations. The role of English as a global language is highlighted and questioned in the article. Further prospects of solving problems threatening cultural diversity that appear in the process of globalization are considered in the article.

Keywords: *a language, socialization, nation, functions, a global language, cultural diversity.*

The integrity of post-industrial society is possible due to the values consensus, which, contrary to that of the industrial epoch, is developed from individual manifestations of

human conscience and behavior. It is no longer developed on the level of specialized cultural production. That's why cognitive interest of the society to unique cultural phenomena is so urgent nowadays. The society has been on the move to anthropocentrism that means social processes are initiated by the human beings and the social world itself turning around them. The language as a social phenomenon has been a unique product of human cultural activity.

On the one hand, our interest to language problems may seem unreasonable as a language is no more than combinations of sounds, which are rather relative. But these combinations represent the knowledge of certain nations about the world, their attitude towards the world and their understanding of it. We can hardly disapprove the fact that a language is not a mere combination of sounds, an occasional form of the content reflection. It's rather the content itself. Any language form has its own content even in case some occasional forms are meant. Everything in a language is connected with the nation's mental activity and with its spirit. That's why its influence on a person's socialization has been unprecedented.

A number of scientific papers dedicated to the role of languages in various spheres of human life including the sphere of education do not diminish the role of language education as its role and means have been the matter of the first priority. Future prospects of modern society depend on people's intellectual, professional, and moral potential. This potential is represented in the language picture of the world, which means certain integrity manifested in a language. It serves as an important prerequisite for education to perform its functions inside a certain ethnic group or society. Such functions of education as social-economic function, social-political function, and cultural-humanistic function correlate and interact in real life. Their realization is impossible without a language and its functions. Thus, gnoseological, identifying, idea-forming, communicative, nominative, cultural, aesthetic, demonstrative, expressive and other functions make it possible for a language to foster socialization of people.

The notion of 'socialization' as it is viewed by V. Vygotsky, G. Piaget, Ch. Kuli, and A. Maslow presupposes a long-term complicated process directed to one's development. As a result a person becomes involved into the system of social relations and active interaction with the environment that is possible due to his following patterns of behavior, social norms and values required for successful performing vital functions in the society. A language is an important tool of socialization, which implies a person turning from a biological creature into a member of a certain society. This process can be successful on condition that a person masters his nation's experience in the mental system of knowledge reflected in the language and forms a language picture of the world in his conscience. Moreover, a nation's perception of the world influences the language and gives its own colour and character to the language. According to W. von Humboldt "character is a natural consequence of the endless influence of nation's cultural originality on the language" [2, p. 167]. He considered that divergences in the structure of languages can be explained by cultural peculiarities of nations. His opinion was that "each language acquires something from a particular diversity of its nation and influences it in the same direction» [2, p. 166]. He also viewed that national traits penetrate one's conscience via the language and thus "it's easier to understand the character of a nation than following their likes, customs and actions" [2, p. 167].

It is worth taking into account the notion of "ethnos", which refers to "ethnic community that is a historically formed stable social group" [7, p. 278]. Some authors view it as "a group of people living in a particular area, the members of which are united by a language and culture" [1, c. 34]. It's difficult to differentiate between the notions "nation" and "ethnos". In the Concise Dictionary of Ethnopolitology a nation is defined as a stage of socio-civilizational maturity of ethnos, the level where a certain ethnos has its own clearly defined goals and intentions to be realized in political life [4, p. 201]. Thus, relations between ethnos and its language demand understanding such notions as "language" and "self-conscience". There is no common idea concerning their correlation. Some researchers consider ethnos as a single entity united by its language. Others do not view a language as basis for distinguishing ethnic community (e.g. N. Mechkovskaya considers ethnic self-conscience to be the defining feature of ethnos) [5].

A language has traditionally been considered a feature of ethnos. H. Steinthal concluded that "a language is in its essence a product of community or nation" [3, c. 134], thus illustrating its social nature through such terms as a nation's self-conscience, outlook and the logic of its spirit [3, p. 135]. The same idea was expressed by W. von Humboldt who wrote, "A language forms a circle around the nation it belongs to; for a representative of a nation it's possible to step out of this circle only when he enters a circle of another language". [2, c. 137]. Thus, a language is a means of forming one's personality. His perception of the world becomes possible through a language.

The process of globalization causes transformations in the sphere of language as "home of a nation's spirit". This sphere becomes more complicated and the language picture of the world changes its borders. A language acquires new functions becoming the most important means of intercultural communication. That is how it contributes to mutual understanding between nations as well as stability and cultural interrelations in conditions of cultural diversity and new education technologies. This situation requires new perception of contemporary language education as a means of young people socialization which presupposes as forming their outlook as developing their communicative skills.

Linguistic globalization requires a new poly-lingual person who speaks fluently a few languages: his native language, English as a means of international communication and other languages according to his linguistic interests. So, it's useful to start learning a foreign language in one's childhood. The European council views language education as a multilingual one as it ensures respect to national and cultural specifics of languages and other nations, develops ability of multi-cultural communication, and teaches to use the skills that one possesses in inter-cultural communication. Learning new languages requires new teaching plans with a common approach to language education.

Thus, language and education have been interconnected, language, speech, dialogue and discussion being more than just means to translate knowledge but systematic factors of one's development, his socialization, and his social existence transformation.

The process of globalization sets a number of problems for the humanity. Cultural diversity of the world, its national, language and cultural unification are the most serious of the problems. Preserving cultural diversity depends on cultural and education policies of a state, on its ability to solve the problem of language education. That's why language

education is viewed as a means to ensure possibilities of living in the world preserving its cultural diversity. The idea of multiple identities is a basic one for multi-language and multicultural Europe. It has been used in international relations while coordinating language and cultural politics of states with purpose of preserving and supporting language and cultural diversity. "The World Declaration on Higher Education in XXI century" (Paris, 1998) has been the priority stating strategic goals for national education systems development, such as preserving, developing and understanding national and historic cultures on the ground of cultural plurality, adaptation of information-communication technologies to national problems.

The growing level of migration and mixing nations require common means of international communication.

The English language started its accent as a global language in the British Empire, which comprised the significant number of lands. Since the mid XX century the English language has confirmed itself as the language of the super state ruling the world. The number of international organizations has been constantly increasing which demands using one language only. As a result of economic globalization a number of international production and trading companies has been increasing. It would be logical to use one language only as from organizational as from financial point of view. The Internet contributed to fast implementing the English language as a global language.

But dominant position of one language as a global language can have negative consequences. Firstly, as a language and the culture of people speaking it are interconnected the influence of a dominant language on other cultures may prove to be huge, thus changing these cultures. Eventually it may cause the existing languages decline and as a result it may cause the decline of cultural identity of nations speaking these languages. Though culturally and linguistically homogeneous society would be a great benefit for global economics it may ruin cultural diversity of the world. Considering the rapid advance of the English language during the last decades it is worth taking into account the opinion of Samuel Huntington, American politologist and philosopher who was rather critical of the idea of using English as a language of mass international communication. As Michael Elliott, the author of the article commenting on Huntington's book "The Clash of Civilizations and the Remarking of World Order" wrote, "the triumph of the west" is neither complete nor unconventional. On the contrary, it is very often resented both in Islamic nations and in Asian ones. The world, Huntington says, is not becoming homogeneous; English is not a lingua franca nor likely to be one any time soon" [8].

At the same time problems of intercultural communication demand their solving on the basis of dialogue of cultures, which requires mutual understanding and correlation of various cultures representatives. As Prof. Mironov states, "dialogue of cultures presupposes learning another culture through one's own culture by means of cultural interpretation and adaptation of these cultures to each other in conditions of content mismatch of their main bodies. The main instrument of this process is language as knowledge of language is the main prerequisite for understanding another culture". [6] Thus, a language as a means of communication and a national culture formed with the help of this language are closely connected and constantly correlate with each other. This correlation leads to

their development. So, correlation and interdependence between a language and culture have been the most important factors of the humanity development. A language reflects all historic, ideological and political changes in a society it belongs to. It doesn't only reflect culture but it preserves it for future generations. Thus, learning a mother tongue children acquire the generalized cultural experience of previous generations. A language acts as a tool of the culture as it forms one's personality (that of a native speaker's) by means of the world perception, mentality and his attitude to people predetermined by this language, which are constituents of his national culture. It is the instrument that forms ethnos and therefore a nation preserving and translating its culture, traditions and collective conscience of a certain language community. One's relations with the world are mainly reflected in the language he speaks as they are formed by this language. As real life is presented in one's mind by language means it becomes objective this way and acquires the form his national language reflects and creates.

A word reflects a vision of an object translated to one's mind on the basis of its earlier formed concept. Concepts are built as a result of main features generalization. Thus, they are abstract notions standing apart from concrete features. The concepts formed on the level of thinking are determined both by national and by individual culture. As one's mind presents both collective and individual reflection of the world, real facts of life turn to be reflected twice: from the real world to one's thinking and from his thinking to the language. So, language, thinking and culture are closely interconnected, being practically a one single unit unable to function without each other. They correlate with a real world, resist it and depend on it at the same time forming its vision ant a certain attitude to it.

Each nation passes its own way from real life objects to concepts and further – to their verbal reflection predetermined by divergences in their historic development and conditions of their life as well as specifics of their collective conscience development. Accordingly, their language pictures of the world are different. This fact is reflected in main categories of grammar and vocabulary in different languages.

Being more diverse and full, a national cultural picture of the world precedes its language picture that presents a verbal form of a certain national cultural picture of the world. When a person learns a foreign language he at the same time learns a new world transporting concepts from the other world and other culture into his mind.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вахтин Н.Б., Головко Е.В*. Социолингвистика и социология языка / Н.Б. Вахтин, Е.В. Головко. – СПб. : Гуманитарная академия, 2004. – 336 с. 2. *Гумбольдт В. фон*. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества. Переход к ближайшему рассмотрению языка // В. Фон. Гумбольдт. Избранные труды по языкознанию. – М. : Прогресс, 1984. – 400 с. 3. *Звегинцев В.А*. История языкознания XIX-XX веков в очерках и извлечениях. – М. : Просвещение, – 1964. – Ч. I.– 464 с. 4. *Малий етнополітологічний словник* / О.В. Антонюк, В.І. Волобуєв, М.Ф. Головатий та ін. – К. МАУП, 2005. – 288 с. 5. *Мечковская Н.Б*. Социальная лингвистика / Н.Б. Мечковская. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 207 с. 6. *Миронов В.В*. Философия и метаморфозы культуры : Монография // В.В. Миронов. – М. : Современные тетради, 2005. – 424 с. 7. *Сучасний словник іншомовних слів*. – К. : Довіра. – 789 с. 8. *Elliott M*. When Cultures Collide // The Washington Post. December 1, 1996.

Міщинська І.В., к. пед. н., доц.,
Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького, Хмельницький

СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО РІЗНОМАНІТТЯ МОВНИМИ ЗАСОБАМИ

У статті запропонований аналіз функцій, які мова виконує в суспільстві. Йдеться про роль, яку мови відіграють у зміцненні самоідентифікації людей та утворенні націй. Розглядається роль англійської мови як всесвітньої. Стаття висвітлює перспективи вирішення проблем, які загрожують культурному різноманіттю, як наслідок процесу глобалізації.

Ключові слова: *мова, соціалізація, нація, функції, всесвітня мова, культурне різноманіття.*

Мищинская И.В., к. пед. н., доц.,
Национальная академия Государственной пограничной службы Украины имени Богдана Хмельницкого, Хмельницкий

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ ПРИ ПОМОЩИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ

В статье предложен анализ функций языка, представляющих интерес для общества. Определяется роль национальных языков в самоидентификации людей и образовании наций. Рассматривается роль английского языка как всемирного. В статье определяются перспективы решения проблем, угрожающих культурному многообразию в результате процесса глобализации.

Ключевые слова: *язык, социализация, нация, функции, всемирный язык, культурное многообразие.*

УДК 811.161.2’42| А. Кримський

Наєнко Г.М., д. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТУ АГАТАНГЕЛА КРИМСЬКОГО В ПОЛЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ XX СТОЛІТТЯ

У статті розглянуто способи вираження елементів смислової структури наукового тексту Агатангела Кримського в аспекті розвитку українського історико-лінгвістичного дискурсу початку XX століття. Аналізуючи форми репрезентації провідних категорій наукового тексту, метафоричність мовлення, вказівки на нові знання, методи, адресованість тексту, автор вказує на найважливіші специфічні ознаки творчого методу науковця.

Ключові слова*: історія української мови, полемічний дискурс, смислова структура наукового тексту, А. Кримський.*

Вивчення полеміки початку XX століття важливе не тільки для осмислення становлення порівняльно-історичної парадигми в умовах тогочасного колоніального дискурсу (це переважно зроблено в історико-мовознавчих студіях М. Жовтобрюха, В. Глущенка, І. Тищенко, С. Лучканина, Ю. Шевельова, та ін.), але й для окреслення динаміки виражальних засобів наукового текстотворення. Аналіз тексту як складника наукового дискурсу перебуває в полі зору багатьох наукових напрямів сучасного поліпарадигмального мовознавства: лінгвістики тексту, функціональної й історичної стилістики, культури мови тощо. У когнітивній парадигмі зміст наукового тексту розуміють як наукове знання, а його смислову структуру тлумачать як таку, що визначається епістемічною ситуацією. Специфіка втілення її складників у певних субтекстах визначена не тільки типологією й традицією уявлень про ідеальний науковий текст, але й немалим компонентом індивідуально-творчої роботи автора. Цій проблематиці присвячено роботи О. Баженової [1], О. Гніздечко [2], М. Котюрової [3], М. Мозера [4], П. Селігея [7], І. Синиці [9], С. Ракітіної [8] та ін. Оскільки окремі студії, присвячені реконструкції історико-мовознавчого українського дискурсу, нами вже опубліковано, тут використаємо ту ж систему методів моделювання смислової структури наукового тексту, детально описану в [6], [5].

Вивчаючи полемічний дискурс як початковий у становленні українського порівняльно-історичного мовознавства, розглянемо смислову структуру статті Агатангела Кримського «Деякі непевні критерії для діалектологічної класифікації староруських рукописів» (1906). Вона з'явилася у відповідь на цикл робіт О. Соболевського, присвячених класифікації пам'яток у історико-діалектологічному аспекті, й містить контроверсійні інтерпретації низки мовних явищ.

Як відомо, методологічність є облігаторною характеристикою наукового дискурсу. Експлікація методу автором наукової праці у цьому разі відбувається не спеціально, а принагідно.

Міркуючи про метод, А. Кримський неодноразово формулює засади свого дослідження. Тут ключові поняття – пильний аналіз і критичне ставлення: Маючи се на увазі, ми *критично повинні відносити ся* й до тих церковних памятників, про котрі з певністю знаємо … (*Крим.,* 103) [тут і надалі зберігаємо правопис оригіналу, цифра в дужках позначає сторінку першоджерела – Г.Н.]; *Піддаючи* всі такі ортографії *…суворій аналітичній критиці*, ми повинні *пильно порівнювати* їх до фактів живої сучасної малоруської мови (103); А вже була б непростима необачність, коли б ми, зустрівши…в якомусь памятнику <u>незвісного</u> походження…забажали кваліфікувати той памятник за малоруський *без дуже пильної аналізи* всіх згаданих написань і инчих діялектольоґічних рис того памятника (103) [виокремлено автором – Г.Н.]; і коли дослідник-фільольоґ *не відноситиметь ся до них критично*, то могтиме щиру великоруську копію залічити до пам'ятників малоруських (104); Та несправедливо було б уважати за малоруський, *без аналізи*, геть усякий староруський памятник, де часом трапиться тая особливість… (120); Так от бачимо, що зустрічаючи в якомусь першому ліпшому рукописові букву ы замість сподіваного и або навідворіть, ми передше *повинні з пильною аналізою розглянути стрічені нами написання*, (129); але треба попереду *пильно подивитися*, чи не Великорусином або чи не Білорусином писано,

часом, відносний памятник (134); …приклади…менше піддаються *точній аналізї* (137); Та ми думаємо, що до тої думки д. Соболевського прихилити ся не зможе жаден фільольоґ, коли він *шанує повагу точної науки і научних методів* (148); …а коли так, то й уся иньша його графіка стає для нас підозрілою, і ми не сьміємо *без критики* накидати всі копіїстичні ортоґрами волинському та зарубському орігіналам тої копії (148).

Оскільки ключовою когнітивною метафорою тут виступає *«пізнання – бачення»*, фіксуємо значну кількість лексем на позначення цього фізіологічного відчуття: *...а коли вдивимося в мову* того Часословця XIV віку, *то бачимо,* що тая мова не тільки спеціяльно про Галичину собою нічого не сьвідчить, ба й у загалі нічого малоруського в собі не містить – *не тільки чогось рішуче виразнійшого, ба навіть чогось менче виразного,* – одно слово, ані натяку на малоруськість (112); *Я, з огляду на* … вважав би можливим додати до цїх Шахматових прикладів іще «на торжющи» (106); *Так от бачимо, що зустрічаючи* в якомусь першому ліпшому рукописові букву ы замість сподіваного и або навідворіть (129); *Приглядаючись* до мови Хутинського Служебника ще далї, *ми бачимо в нїм* і чисто великоруську особливість (142). Такий підхід відповідає початковому етапу пізнання: спостереженню.

Крім того, дослідник має бути дуже обережним: *треба відноситися до таких оу та ю з великою обережністю* тай не натягати їх скоросьпілим способом на малоруське «і» (102); Звідси видко, *з якою обережністю треба відносити ся* до всяких таких випадків? (112); Само собою розумієть ся, що й старі малоруські грамоти ми повинні аналізувати з *належною фільольоґічною обережністю* (117); тим-то, *не маючи належної обережности*, иноді можна спершу буває подумати, ну, скажемо, про рукопис новгородську, чи не писав її якийсь Малорусин (134).

Що ж до власних методів, то тут кілька разів Агатангел Кримський наголошує, що досліджувані факти слід порівнювати з явищами живої мови: або в яких инчих памятниках більше-менче *живого малоруського характеру*, приміром у літописях тощо (103); ми повинні *пильно порівнювати їх до фактів живої сучасної малоруської мови,* та вже аж тоді користуватися тими написаннями для вияснення того історичного ходу, яким розвивалася *наша мова*… (103). Безперечно, це пов'язано з тим, що концептуальна метафора порівняльно-історичної парадигми *«дещо – живий організм»:* Ніби *чимсь сербським дихає* в петербурськім Часослові ще й *заміна*…(113); …бо тут усі *одхилення од норми спочивають* на анальоґії з твердим склоненням (136); Такою самою *силою анальоґії повстав і давальний відмінок* «душѣ» замість давнїйшого «души» (136).

Аргумент від власного досвіду як незаперечний доказ правильності методу відтворюємо в висловлюваннях, що вживані для покликання на старе знання: Од себе додам, що *я чував* анальоґічні приклади ще й з уст окаючих Астраханських козаків… (121); Так говорять на всім просторі Вкраїни; навіть од харківщан *я чув* «сьвідитель» (135); Так виясняють сю справу акад. Ягіч (в «Критических замѣтках»), проф. Брандт (в устних лєкціях, які *я в нього слухав*) і инчі (138).

Отже, субтекст авторизації постає достатньо виразним. Загальновідомі факти, об'єктивні ознаки мови пам'яток автор описує за допомогою повних предикативних конструкцій із підметом ми «інклюзивне» та присудком у 1 ос. мн. теп.часу: Бо

фонеми вівчий у нас немає, *ми знаємо* тільки слово овечий, без «і» (92); *Ми не можемо шукати* слідів його живої рідної мови (92); *Ми знаходимо* вимову (95); Доволі часто *зустрічаємо ми* в таких випадках… (101); І що ж би вийшло, коли б *ми захотіли*… (104); І те саме *ми знаємо* із дуже старих …рукописів (120). Не менш часто займенник не вживається: але *мусимо* те оо вияснити якось по інакшому (92); В Суздальському літописному списку *знаходимо*…(94), Вже й з усього сказаного *бачимо* (95); *як знаємо*, твердо встановлено Кулішем ортографію… (102). Якщо в наведених прикладах можна відтворити значення «ми» – «науковці», то пряма вказівка на «ми» – «всі українці» трапляється поодиноко: Перші написані предки *нашого малоруського і* (із о) трапляються нам не в мертвих церковних памятниках, але в живих грамотах із кінця XIII віку і з дальших часів (101).

Проте коли А. Кримський пропонує власні інтерпретації, використовує я «ексклюзивне» з різними предикатами: Од себе *я можу докинути*… (93); *На мою думку,* кожне з оціх чотирьох вияснень має за собою певну льогічність, і з кожним треба рахувати ся. Та *я б додав* іще один здогад (100). Лише зрідка фіксуємо безособові конструкції: Для написання…*можливе* ще одно спеціяльне *витолкуваннє* (101).

До показників авторизованості слід додати ще й вставні конструкції, з допомогою яких повідомляється додаткова інформація: Востоков зазначив «оочи», ще й з точками посеред кожної букви о (*ніби зінки в справжніх, людських очах!*) – в перґаміновому Євангелії XV віку (97).

Автор виразно висловлюється щодо передбачуваного читача, орієнтуючись на обізнану аудиторію: Всї ті остороги, які я подавав тут проти мнимого поплутання звуків ы та и, можуть знадобитися *тільки для тих, хто вже знає научну фільольоґію, або, бодай, знає старо-словянську і старо-руську граматику* (131). Натомість коли йдеться про опонента, автор натякає на його недостатню обізнаність, даючи поради щодо самоосвіти: *А коли хто не знає граматики,* то могтиме, всім на диво, добачити малоруське поплутаннє ы та и навіть там, де й нїякого натяку на таке явище не має (131); Щоб не видумувати собі таких дивних діялєктольоґічних «критеріїв», проти сього є тільки один-однїсїнький спосіб: *вивчити елєментарну шкільну граматику старо-словянської мови* (132). Цей образ читача й пояснює, що А. Кримський позиціонує себе в дуже вузькому академічному колі, не вдаючись ані до роз'яснень, ані до детальних означень.

Засоби зв'язності тексту вживаються найрізноманітніші. Найчастотнішими є маркери ретроспекції.

По-перше, це прислівник *вже/уже* в поєднанні з формами мин.ч. та давноминулого часу: *вже* й починаючи нашу статтю, ми *згадали були* про Поликарпове … (94), (це *ми вже бачили*) (95); не може, як *ми бачили вже* признати…(100); Я *вже* мав нагоду згадати вище, що (105); Що д.Соболевськи й самовільно оголосив був новгородське Добрилово Євангелиє за малоруський памятник, про це *я вже згадував* (124); що чимало таких самих ми *вже бачили* (128); Я *вже* побіжно *згадав* у скобках, що …(142); Але *я* згори *зазначив уже*… (151). Звертання до читача може бути також зі скороченою формою наказового способу *див[ись]* : Та *я вже вказував*, що таке написаннє в жаднім разї не є галицька або волинська спеціяльність, і має воно

характер переважно рішучий антималоруський . *Див.* с. 17. (112). Зазначимо також, що і в дейктичних висловлюваннях, адресованих до читача, поширена розмовна форма *диви: Диви мою* «Филологію и Погодинскую гипотезу» (Київ, 1904), стор. 60 (120); *Диви в мене* в «Филологія и Погодинская гипотеза» (134).

По-друге, тут показником виступає прислівник *вище* разом із формами предиката в минулому часі: *Вище я* навмисне *застеріг ся*, що…(102); *Вище ми згадували* про те, що в південних Словян писалося часом ю замість ѥ (110); пояснення, яке *я навів був вище* (130).

Інколи вживається прислівник *згори, вгорі*: З того, що *в нас сказано в горі* про такі самі написання новгородські, читачеві видко (128); але я *згори* зазначив *уже*… (151). Поодиноко фіксується обставина *в инакшому місьці*: Не від речі буде згадати ще про одну категорію оо…, про яку *я ширше писав був в инакшому місьці* (97). Переважно, як бачимо, висловлювання формулюється від першої особи.

Показниками проспекції виступають висловлювання з формами наказового способу в 1 ос.мн.: Та от, між инчим, іще *згадаймо* (95); *Розгляньмо* найпередше скількись прикладів (103); *Візьмімо* в цокаючих говорах приклади під наголосами (121); *Спинїмо ся* на решті ще на одному одному випадку… (139); Та *перегляньмо* їх усі. Передовсім *звернїмось* до списку… (145); *Розгляньмо* їх (150).

Нерідко тут вживано також форми майб. часу в 1 ос. одн. у поєднанні з прислівниками *нижче, далі*: Про ті мотиви *поговоримо низче* (97); Проте, що д. Соболевський бажав би зробити Добрилово Євангеліє малоруським, *скажемо нижче* (106); З поміж інших *зазначимо*… (109); Та ми тут *пригадаємо* не тільки ті приклади…але *покажемо* ще й инчі і цікавійші (123); …се ми ще *побачимо далї,* коли торкнемося деяких деклїнаційних флексій; та до цїєї точки зору ми зараз потроху й *перейдемо* (136) Се ми ще *побачимо далі* (145).

Форми присудка тут вживаються також і в 1 ос. одн. майб. ч. з підметом – займенником *я «ексклюзивне»* або без нього: *Наведу* декільки анальоґічних прикладів…(94); *Я можу* без великих заходів *навести* ось які приклади, що самі собою міні пригадують ся, та *думаю,* що знайти їх можна було б і більше (96); *Подам* деякі написання із старих рукописів (105); *Наведу* приклади, які зараз міні самі собою згадують ся, а можна б їх понаводити безмірно більше (108); Свій огляд мнимих поплутань ѣ та и *я почну* саме з отїєї остатньої, граматичної категорії (134). Форми прислівників тут вживано рідко: Про оте, ніби-то галицько-волинське ѣ, видумане д.Соболевським, *я* колись *писатиму ширше, в інакшому місці* (107); І *низче,* в дальших рубриках, *я* вмисне *силуватиму ся*, де тільки можна буде, *наводити* як раз ті самі приклади, що відомі й самому д.Соболевському (124).

В одному висловлюванні трапляється поєднання показників проспекції й ретроспекції: Та *я* його *вже розглядав вище*, через те до нього тут *не вертатимусь, а спиню ся* на третьому акаючому памятнику несумнївного або великоруського або білоруського походження, який д.Соболевський силоміццю залічив до «галицько-волинських» (149).

Поодиноко використано висловлювання з семантикою делімітації: У Білорусів, коли *вже не казатимем* про загально-білоруське нефонетичне «яны» або «ваны»

(=они), поплутаннє звуків ы та и виступає часом у дуже релїєфних прикладах (121); Новгородських прикладів …*ми ширше зачіпати не будемо*, бо вони зовсім не характеристичні. А перейдімо до інакших: (123); Та *се вже для нас питаннє менчої ваги* (150).

Введення нових знань переважно відбувається як припущення. Тому фрагменти висловлювань із семантикою сумніву виявляються найхарактернішими маркерами субтекстів нових знань.

По-перше, це вставні слова *мабуть, може, можливо*: *Може ця моя думка покажеть ся мало підпертою, може* сей Часословець XIV віку вийшов із Пскова, *може* він узагалі не дасть ся точно заклясифікувати (114); *Мабуть,* найстарійший приклад – 1292 року (116); *Очевидячки* в північній Великорущині дуже здавна почали плутатися …(123); Се, *певне,* не фонетичне явище: воно виясняється, *мабуть,* поплутаннєм суффіксів ии та ыи (124); але *мабуть* тут скрізь букву и написано на звісний новгородський лад замість ѣ (126); …*бодай* ми маємо один такий випадок …; *і не можемо рішити*, чи це має бути в них поява фонетична (136-137).

По-друге, таку функцію виконують перформативи з нейтралізованою суб'єктністю – тобто форми з інфінітивами на позначення ментальних дій, які супроводжуються прислівниками з семантикою необхідності: Тут само *мусимо ми згадати* ще про один розряд староруських немалоруських памятників (145); …а через те *можна думати*, що… ; *Завважити треба,* що інакших випадків, де б замість о писався в Часословці ъ, ми не бачимо (114); про яке *з незаперечною певністю можна сказати,* що його написав Великорусин (128); *Ми не можемо бачити* в ньому (135); *Треба думати,* що всі оті форми повстали…з анальоґії до іменительного відмінка (137–138); коли й *можна буде де в чому користувати ся ним* для історії малоруської діялєктольоґії, то не інакше, як із суворою критичністю й величезною оглядністю (149); то *ми можемо вважати за аксіому*, що оті ятьові закінчення збудувалися замість сподіваних «ижевих» закінчень (136).

По-третє, тут часто використовуються форми від 1 особи, а саме займенник я «ексклюзивне»: *Загальне враження, яке зостається в мене* після читання петербурського Часословця XIV віку, се, – таке, що писаний він ніде, як у Москві ; *я більше схиляюся до думки*… (152); *Я* за Псковом *не обстаю* тільки через те, що *не бачу* в сім Часословці поплутання шиплячих і свистячих ; *Мінї здаєть ся*, що так. Але *завважу*, що точних доказів у нас на те не має ; Через те *я думаю,* що в написанні….ми маємо.

Передача впевненості у доказовій силі прикладів передається за допомогою вставних слів і конструкцій *отже, будь що будь, нема чого й казати* тощо: *Будь що будь*, єдиний висновок *стоїть у нас непохитно*, понад усякими сумнівами (101); Само *собою ясно,* що в цій старословянській графіці ми не можемо добачити жадної «замінної довготи»; а що не можна втягати в історію малоруської мови всїх инчих написань сього памятника (пр. «гратань»), *про се нема чого й казати* (103); *Отже* найпевнійшими предками того нашого і…(116); *Одно слово*, заклясифікувати рукопис «П.Є.С» 1492 року до рубрики віродостойних малоруських памятників не випадає (149); *Будь що будь, є поважні підстави,* щоб клясифікувати новгородський Апостол XIII віку (153); *Нема чого казати,* що й оці мої *здогади можна притулити тільки*

до певної групи подвоєних написань (101); Або, *що найменче,* ми мусимо лишити і Георгієва «Июдеюмъ» і Холмське «отрочищюмъ» *під дуже великим сумнівом* (115).

Для полемічного тексту академічного дискурсу притаманне, отже, принагідне позначення методу як *критики, критичного аналізу*. У розбудові показників авторизації й позначенні нових знань превалює *я*-перспектива. Фрагменти висловлювань із семантикою сумніву, які супроводжують виокремлення нових знань, відповідають тогочасному початковому етапу становлення порівняльно-історичних студій. Водночас вони вказують і на його недоліки: фрагментарне порівняння окремих мовних явищ, відсутність формальних методів, що об'єктивізували б дослідження. Більшість ресурсів наукового текстотворення переважно залучаються з розмовної мови. Істотним також є вплив усного дискурсу. Відсутність строгої стандартності викладу, прагнення до синонімії вказує на немалу вагу художнього компонента в науковому текстотворенні. Пізнавальний процес мав високу емоційну напругу, тому рефлексивні аспекти пізнавальної діяльності заслуговують на окреме вивчення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Баженова Е.А.* Смысловая структура (смысл) текста / Е.А. Баженова, М.П. Котюрова // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [Под. ред. М.Н. Кожиной. Члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, М.П. Сковородников]. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 388–392. 2. *Гніздечко О.М.* Авторизація наукового дискурсу: комунікативно-прагматичний аспект : автореф. дис. … філол. наук : спец. 10.02.04 Германські мови / Гніздечко Оксана Миколаївна ; Київський нац. лінгвістичний ун-т. – К., 2005. – 20 с. 3. *Котюрова М.П.* Проблема речевой индивидуальности ученого / М.П. Котюрова // Стереотипность и творчество в тексте : межвуз. сб. науч. тр. /Перм. гос. ун-т. [отв. ред. М.П. Котюрова]. – Вып. 14. – Пермь, Перм. ун-т., 2010. – С. 33–41. 4. *Мозер М.* Історія української літературної мови і Івана Огієнка і «ми» // Ukraine on the Historiographic Map of Interwar Europe: Матеріали міжнародної наукової конференції (Мюнхен, Німеччина, 1 – 3 липня 2012 р.). – К.: Ін-т історії України НАН України, 2014. – С. 203– 18. 5. *Наєнко Г.М.* Науковий текст академіка Леоніда Булаховського в когнітивно-дискурсивному прочитанні // Українське мовознавство: Міжвідомчий наук. зб. – К.: 2015. – Вип. 45 / 1. – С. 287–295. 6. *Наєнко Г.М.* Структурно-семантичні та функціональні параметри староукраїнського наукового тексту XVI – XVIII ст. : автореф. дис. ….доктора філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Наєнко Галина Михайлівна: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – 34 с. 7. *Селігей П.О.* Світло і тіні наукового стилю: Монографія / НАН України. Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 627 с. 8. *Ракитина С.В.* Научный текст: когнитивно-дискурсивные аспекты : моногр. / С.В. Ракитина. – Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2006. – 278 с. 9. *Синица И.А.* Языковая личность ученого-гуманитария XIX века / И.А. Синица ; Ин-т языкознания им. А.А. Потебни НАН Украины. – К. : Вид-й дім Дмитра Бураго, 2006. – 352 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Крим. – Кримський А. Деякі непевні крітерії для діялєктольоґічної клясифікації старо-руських рукописів // Науковий збірник присвячений професорові Михайлові Грушевському учениками й прихильниками з нагоди його десятилітньої наукової праці в Галичині (1894–1904). – Л.: 1906. – С. 91–154.

Наенко Г.М., д. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТА АГАТАНГЕЛА КРЫМСКОГО В ПОЛЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НАЧАЛА XX ВЕКА

В статье рассмотрены способы выражения элементов смысловой структуры научного текста Агатангела Крымского в аспекте развития украинского историко-лингвистического дискурса начала XX века. Анализируя формы репрезентации основных категорий научного текста, метафорику речи, маркеров нового знания, адресации текста, автор указывает на важнейшие специфические признаки творческого метода исследователя.

Ключевые слова: *история украинского языка, полемический дискурс, смысловая структура научного текста, А. Крымский.*

Naienko G.M., Doctor of Philology, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

COMMUNICATIVE-PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF AGATANGEL KRYMSKY'S TEXT IN POLEMICAL DISCOURS EARLY XX CENTURY

The article discusses ways of expressing the elements of sense structure of scientific text by Agatangel Krymskyi in the aspect of development of the Ukrainian historical-linguistic discourse of the early XX century. Analysing the forms of representation of the main categories of scientific text, metaphors markers of new knowledge, the author points to the specific features of the leading creative method scientist.

Keywords*: history of Ukrainian language, polemical discours, sens structure of scientific text, A. Krymskyi.*

УДК 811.512.161'06

Нікітюк Т.В., асистент
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОВНЕ ВИРАЖЕННЯ ДИРЕКТИВІВ СУЧАСНОЇ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ

У статті було досліджено мовні засоби утворення директивних висловлювань у сучасній турецькій мові, а також як інтенції мовця та інші чинники впливають на мовний сценарій директивних висловлювань у сучасній турецькій мові.

Ключові слова*: директиви, комунікативна ситуація, адресант, адресат, висловлювання.*

Будь-яке мовне середовище має свої, притаманні лише йому, граматичні та лексичні одиниці, які, поєднуючись із інтенціями мовця, утворюють конструкції зі специфічними значеннями, які відображають настрій, ставлення до оточуючих, бажання адресанта тощо. Адресант для того, щоб повністю оволодіти мовними

тактиками, повинен навчитися відчувати у мовленні відтінкові значення цих лексичних і граматичних одиниць мови оригіналу.

Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю вивчення директивних формул, їхніх семантичних і структурних форм через призму сучасного турецького суспільства, для реалізації спонукання, переконання, маніпулювання.

Ця тема стала основою багатьох досліджень. Це проблемне питання комунікативної лінгвістики вивчали як європейські, так і вітчизняні лінгвісти. Так, засновники теорії мовленнєвих актів Дж. Остін та Дж. Серль розглядали це питання з точки зору логіки та філософії. Ф.С. Бацевич та А. Вежбицька вибрали прагмалінгвістичний підхід до вивчення директивних мовленнєвих актів.

Основна кількість робіт, пов'язаних із цим питанням, були виконані на матеріалі англійської мови, отже, з урахуванням європейського менталітету. **Новизна** нашого дослідження полягає в тому, що воно було зроблене на основі мікродіалогів сучасних турецьких художніх текстів з урахуванням турецької логіки, менталітету та лінгвокультурологічних особливостей даного регіону.

Метою нашого дослідження є аналіз структурних, семантичних та комунікативно-прагматичних характеристик висловлювань директивів сучасної турецької мови.

Досягнення поставленої мети зумовлює необхідність вирішення **таких завдань**:

– визначити поняття директиви;

– визначити семантичні параметри директивних висловлювань;

– встановити структурні особливості директивних висловлювань у сучасному турецькому художньому дискурсі.

Об'єктом нашого дослідження виступили директивні висловлювання в сучасному турецькому художньому дискурсі.

Предметом дослідження стали мовні форми, за допомогою яких реалізуються директивні висловлювання в сучасному турецькому художньому дискурсі.

Матеріалом дослідження стали художні твори турецьких письменників XX-XXI ст.

Мета і завдання роботи зумовили використання відповідних **методів** та прийомів: так для характеристики семантичних та структурних форм висловлювань директивів ми використали описовий метод; функціональний, що був використаний для досліджень особливостей використання директивних висловлювань у сучасному турецькому художньому дискурсі.

Відповідно до визначення, яке подане у лінгвістичній енциклопедії, директив – тип мовленнєвого акту за ілокутивною силою; за класифікацією Дж. Сьорля є виявом запитання, наказу, примусу, вимоги, поради, запрошення, благання тощо [3, с. 120].

У сучасній науці виділяють безліч класифікацій директивних мовленнєвих актів, які були зроблені лінгвістами на основі різних принципів та підходів: за іллокутивною силою (Г.Г. Почепцов), за семантикою (А. Вежбицька), за соціальним статусом мовця (Н. Формановська) тощо.

Російський філолог В.І. Карасик розділяє директивні висловлювання на категоричні та некатегоричні. До категоричних він відносить – інструкцію, наказ, заборону. До інших – прохання, побажання, пораду та рекомендацію [2, с. 120].

Необхідно відзначити, що директивні висловлювання використовуються адресантом для маніпулювання діями адресата в своїх особистих цілях. За семантикою вони є спонукальними висловлюваннями і, часто, без урахування думки адресата. Таким чином, директива розглядається нами як мовленнєва ситуація, в якій адресант намагається певним чином змінити поведінку чи стан адресата і, за допомогою різних мовних засобів, викликати вербальні, фізичні чи емоційні реакції у реципієнта. Тому, на нашу думку, до категоричних директивів варто додати такі підтипи висловлювань, як погроза та вимога.

Оскільки це питання є занадто широким, у нашому дослідженні ми зупинимося лише на категоричних директивних висловлюваннях.

Аналіз мовленнєвих засобів вираження директивності у сучасній турецькій мові без урахування місця, часу, намірів адресанта, комунікативних ролей учасників комунікації, культури мовлення турецького народу, втрачає свою семантику. Усі ці чинники диктують вибір того репертуару мовних засобів, які будуть ідеально підходити для досягнення комунікативних інтенцій адресантом.

Можемо класифікувати директивні висловлювання, відповідно до цілей мовця, на пряме спонукання та непряме. Перший тип спонукання використовується для того, щоб безпосередньо примусити діяти адресата, а другий – через адресата примусити діяти третю особу. Наведемо приклад:

Macitelinikaldırdı.

– 'Sus'[11, с. 512].

Маджіт підняв руку.

– «Замовкни».

Наведемо інший приклад фрагмента комунікативної ситуації, в якій спонукання направлене, через адресата, третій особі:

– 'Gitsin, iki ekmek alıp gelsin!' [8, с. 106].

– «Нехай вона збігає, купить хліб та повернеться».

Проаналізований нами емпіричний матеріал показав, що в комунікативних ситуаціях, в яких продукується директива, комунікативна роль адресанта, зазвичай, є вищою або ж однаковою відповідно до адресата, і дуже рідко вона є нижчою. Мовець на момент продукування мовлення володіє певною владою або ж має якісь пріоритети перед реципієнтом (поважний вік, кращий фізичний стан тощо).

Для вираження семантики спонукання використовується висловлювання як із імпліцитно представленим директивним компонентом, так і з експліцитно представленим. Наведемо приклад висловлювання першого типу:

Kalktı:

'Birer kahve hak ettik değil mi Ramazan Efendi?'

Ramazan da fırladı[9, с. 96].

Він піднявся:

«Мені здається, ми заслужили по чашечці чаю, чи не так, пане Рамазан?»

Рамазан також підскочив.

Наведемо інший приклад, у якому директив виражений експліцитно:

'Benimle değil, Nevzat Bey'le gmrüşmeniz daha doğru'.

'Yaptayın Nehir Hanım![7, с. 36]'.

«Вам потрібно поговорити не зі мною, а з паном Невзатом».

«Припиніть, пані Нехір!»

Необхідно зазначити, що директивні висловлювання, окрім погрози, в залежності від інтенцій мовця та ступеня іллокутивної сили можуть реалізовуватися як у конфліктній, так і в неконфліктній комунікативній ситуації. Маркування конфліктності чи неконфліктності відбувається на морфолого-синтаксичному, лексичному, контекстуальному рівнях.

Однією з особливостей вираження директиву в сучасній турецькій мові є те, що він, головним чином, оформлюється в імперативній формі другої особи однини. Такі висловлювання не вважаються неввічливими, оскільки у турецькому суспільстві, незважаючи на образ свій-чужий, звертання у формі другої особи однини є прийнятним та широковживаним у будь-якій сфері спілкування, а форма другої особи множини вживається досить рідко. Для того, щоб пом'якшити імперативність, адресатом використовується лексема *'lütfen'*(будь ласка). Наприклад:

'Kapat şu televizyonu lütfen!'[5, с. 90].

«Вимкни цей телевізор, будь ласка!»

Іншою морфологічною формою, яка утворює спонукання з відтінком зобов'язання, в сучасній турецькій мові є форма майбутнього категоричного часу на *-acak/-ecek*. У більшості випадків за її допомогою продукують вимогу. Наприклад:

'Benim ne yapacağıma karışmayacaksın sen'[9, с. 77].

«Ти не повинен втручатися у те, що я буду робити».

Використання форми можливості у поєднанні з теперішньо-майбутнім часом у питальній формі спонукає адресата на виконання дії, яка, з точки зору адресанта, не суперечить намірам реципієнта і може бути реалізованою. Наприклад:

'Siz bu vagondan inebilir misiniz?'[6, с. 190].

«Не могли б ви вийти з цього вагона?»

Лексичними засобами утворення директивних висловлювань є:

1. Використання спонукальної частки *'Haydi'*(давай, нумо). Наприклад:

'Haydi önce biz anlaşalım, sonra beraber Nevzat Bey'e gideriz'[7, с. 37].

«Давайте ми з вами спочатку між собою домовимося, а потім підемо до пана Невзата».

2. Предикатів із семантикою повинності – '*gerek'/ 'lazım'*(необхідно), *zorunda* (бути вимушеним). Наприклад:

'Bir de onların gözüyle bakman gerek'[7, с. 261].

«До того ж тобі необхідно подивитися на це їхніми очима».

3. У турецькомовному суспільстві для позначення спонукання широко використовуються фразеологізми. Окрім того, використовують сталі вирази, щоб надати мовленню емоційно-експресивного відтінку, а інверсійне їх втілення підкреслює мету автора. Наприклад:

- Ben elimdeki bayrağı bir açarsam görürsün sen![10, с. 62].

- «Якщо я підніму свій прапор, ти тоді побачиш».

- 'Yıkıl karşımdan,' dedi Hacı Nine bağırarak[11, с. 263].

- «Зникни з очей моїх» – закричала бабця Хаджі.

5. Для підсилення категоричності спонукання у турецькому мовленні використовуються стилістично-синонімічні дієслова. Наприклад:

Bir ses duydum:

- 'Defol git lan!...'[8, с. 41].

Я почув чийсь голос:

- «Гей, ти, пішов геть!»…

Контекстуальний засіб утворення спонукання базується на основі комунікативної ситуації, в якій було реалізовано директив. Наприклад:

- 'Sen böyle davranırsan, hiç kabuk bağlamaz yara'[7, с. 260].

- «Якщо ти будеш продовжувати себе так поводити, твоя рана ніколи не загоїться».

Таким чином, мовне вираження директивності у сучасній турецькій мові безпосередньо залежить від інтенцій мовця та від відношення реципієнта до цих висловлювань. Мовний репертуар директивних висловлювань формує іллокутивну силу та визначає подальший перебіг комунікації, тобто конфліктний чи неконфліктний.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вежбицкая А.* Речевые акты / А. Вежбицкая // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 255-276. 2. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. 3.*Селіванова О.О.* Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с. 4. *Формановская Н.И.* Прагматика побуждения и логика языка / Н.И. Формановская // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 5–6. – С. 34-40.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

5. *Akçam Alper* Doktorcivarımı / Alper Akçam. – Ankara, Güldekini Yayınları, 2002. – 152 s. 6. *Ayşen Kulin* Nefes Nefese / Kulin Ayşen. – İstanbul, Remzi Kitapevi, 2003 – 360 s. 7. *Canan Tan* En son yürekler ölür / Tan Canan. – İstanbul, Altın kitaplar, 2009. – 423 s. 8. *Muzaffer İzgü* Zıkkımın kökü / İzgü Muzaffer. – İstanbul, Bilgi Yayınevi, 2008 – 296 s. 9. *Orhan Kemal* Hanımınçiftliği / Kemal Orhan. – İstanbul, Everest, 2010. – 410 s. 10. *Peyami Safa* Şimşek / Safa Peyemi. – İstanbul, Ötüken, 2010. – 326 s.11. *Sinan Akyüz* Şafika & Feraye. //Akyüz Sinan. – İstanbul: ALFA, 2013 – 536 s.

Никитюк Т.В., ассистент,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ДИРЕКТИВОВ СОВРЕМЕННОГО ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА

Данная статья посвящена изучению языковых средств образования директивных высказываний в современном турецком языке, к тому же, как интенции говорящего влияют на языковой репертуар директивных высказываний в современном турецком языке.

Ключевые слова: *директив, коммуникативная ситуация, адресант, адресат, высказывание.*

Nikityuk T.V., assistant
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LANGUAGE REALIZATIONS OF DIRECTIVE IN THE TURKISH LANGUAGE

This article is devoted to the analysis of verbal peculiarities formation of Directive acts in the modern Turkish language, and the intention of the speaker affect on language scripts of Directive acts in the modern Turkish language

Key words: *directives, communicative situation, addresser, addressee, saying.*

УДК 81'25

Нікіфорова О.М., наук. спів., здобувач
Військовий інститут КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КЛАСИФІКАЦІЯ ТЕКСТІВ У ВІЙСЬКОВОМУ ПЕРЕКЛАДІ

У статті розглядається питання класифікації текстів військової тематики у зв'язку із розробкою спеціальних теорій перекладу, однією з яких є теорія військового перекладу. Проведено огляд класифікацій видів та текстів у військовому перекладі, визначено основні критерії класифікації текстів на військово-політичні, військово-технічні та військово-спеціальні.

Ключові слова: *перекладознавство, військовий переклад, критерії класифікації текстів, військові тексти (тексти військової тематики).*

Вступ. Зв'язок тексту з цілями і задачами перекладача є безумовним, про що неодноразово наголошували авторитетні перекладознавці.

На думку О.Д. Швейцера, стилістика тексту, і зокрема ті її розділи, які стосуються типології текстів, має безпосереднє відношення до стратегії перекладу [22, с. 207].

В.С. Виноградов зазначає, що функціональна, змістовна та емоційна специфіка текстів оригіналу і перекладу значною мірою впливає на методологію та методику дослідження [6, с. 14]. Типи текстів визначають підхід і вимоги до перекладу, впливають на вибір прийомів перекладу і визначення ступеню еквівалентності перекладу оригіналу [6, с. 15].

М.П. Брандес вважає, що специфіку мови і тексту, а також усі оцінно-смислові відтінки тексту визначає не фактуальний зміст, а мовленнєвий жанр та функціональний стиль, які зсередини пронизують фактуальний зміст. Перекладач через мову тексту спочатку має з'ясувати для себе головне – в якому мовленнєвому жанрі виконаний вихідний текст і в якому функціональному стилі він існує [4, с. 3].

На думку А.В. Федорова, створення загальної теорії перекладу без аналізу різновидів перекладу та врахування їх внутрішніх особливостей та співвідношень є неможливим [21, с. 225].

Як зазначає В.Н. Комісаров, у теоретичному плані виділення певних видів перекладу безпосередньо пов'язане з розробкою спеціальних теорій перекладу, що розкривають специфіку кожного виду чи підвиду перекладу. У практичному плані

класифікація видів перекладу слугує основою для спеціалізації перекладачів відповідно до типів перекладацької діяльності. В залежності від значущості специфічних ознак різні види перекладу потребують більш або менш детального теоретичного аналізу [9, с. 102].

На відміну від загальної теорії перекладу, спеціальні теорії перекладознавства досліджені недостатньо. Серед таких спеціальних теорій, пов'язаних із жанрово-стилістичною класифікацією перекладів, теорія військового перекладу становить теоретичний і практичний інтерес.

Актуальність та необхідність наукової класифікації видів військового перекладу обумовлена суттєвими особливостями цього виду перекладу, а також вимогами, які висуваються до військових перекладачів щодо точності та повноти перекладу. Крім того, класифікація текстів військової тематики безпосередньо пов'язана з науковою проблематикою спеціальних теорій перекладу і теорії військового перекладу зокрема.

Метою статті є визначення критеріїв, що необхідні для загальної класифікації текстів у військовому перекладі на основі аналізу існуючих типологій текстів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питання класифікації текстів військової тематики розглядалося у працях учених-перекладознавців Р.К. Міньяр-Бєлоручева, Л.Л. Нелюбіна, Г.М. Стрелковського, Р.В. Єфимова.

Наприкінці 1990-х років В.В. Балабін запропонував ідею створення принципово нового навчально-методичного комплексу «Військовий переклад» (шифр «НМК ВП»). Цей комплекс гармонійно інтегрує різні навчально-методичні матеріали з військово-політичного, військово-технічного і військово-спеціального перекладу [2, с. 5]. Зокрема, підручник «Основи військового перекладу» призначений для формування у курсантів 2-го курсу підготовчого рівня професійної компетенції військового перекладача (ПКВП). Базовий рівень ПКВП формується під час опрацювання тематики військово-політичного (ВПП) та військово-технічного перекладу (ВТП) [11]. Спеціальний рівень ПКВП має сформувати тематика військово-спеціального перекладу (ВСП). Така навчально-методична класифікація військового перекладу підкріплюється підручниками, навчально-методичними матеріалами та спецкурсами, що їх успішно апробовано на кафедрі військового перекладу та спеціальної мовної підготовки Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка впродовж останніх років.

Про необхідність дослідження військового перекладу та доцільність аналізу критеріїв виділення та опису стилів та жанрів для вивчення зазначеної проблематики в різних парах мов у 2007 році зазначала О.В. Юндіна [23, с. 42-43].

О.Ю. Солодяк зробила спробу обґрунтувати критерії виокремлення військово-політичного стилю, який авторка визначає як утворення, яке ґрунтується на закріпленні певних якісних характеристик за текстами, що функціонують у військово-політичній сфері людської діяльності, і містить інформаційний (виступи, доклади, заяви, повідомлення), аналітичний (щорічники, програми-огляди) та регламентуючий (акти, пакти, договори, директиви) жанри [18, с. 338].

У дисертаційному дослідженні Л.М. Гончарук підкреслює, що попри значну кількість існуючих класифікацій військових текстів, створених видатними теоретиками і практиками військового перекладу, проблема упорядкування корпусу військових документів за критеріями, релевантними для теорії перекладу, залишається актуальною і сьогодні [8, с. 16].

Викладення основного матеріалу дослідження.

Проблема тексту є однією з центральних в теорії перекладу. Саме текст є предметом аналізу на першому етапі перекладу, пов'язаному з інтерпретацією оригіналу, і предметом синтезу на його заключному етапі [22, с. 31]. Для перекладача важливо знати, з яким видом тексту він буде працювати, оскільки тексти для перекладів відрізняються за жанрами, стилями та функціями, а різні тексти вимагають різних підходів до вирішення перекладацьких задач.

Різноманіття жанрів текстів визначається змістом, призначенням та формою тексту, тому не існує єдиної схеми або моделі перекладу для всіх жанрів тексту [7, с. 206]. Крім того, тексти важко класифікувати через їх різноманіття та занадто помітне взаємопроникнення мовленнєвих засобів і різновидів мовлення в деяких типах текстів.

Перш ніж проводити класифікацію текстів військового перекладу, уточнімо поняття «класифікація» та проаналізуємо існуючі класифікації з метою виділення типологічних критеріїв.

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови термін «класифікація» визначається як система розподілу предметів, явищ або понять на класи, групи тощо за спільними ознаками, властивостями [5, с. 544]. Критерій – це підстава для оцінки, визначення або класифікації чогось; мірило [5, с. 588].

У теорії перекладу існують дві основні класифікації видів перекладу: за характером вихідного тексту і за характером дій перекладача в процесі перекладу [17, с. 96]. Відповідно до мети статті розглянемо класифікацію за характером вихідного тексту.

Загальноприйнятою у перекладознавстві вважається *жанрово-стилістична класифікація* перекладу, у відповідності до якої виділяють два функціональні види: художній (літературний) переклад та інформативний (прагматичний, спеціальний) переклад [9, с. 95; 13, с. 6; 17, с. 96]. Протиставлення двох видів текстів відбувається на основі порівняння функцій, які ці тексти виконують – художньо-естетичної та функції повідомлення (інформування). Як зазначає В.Н. Комісаров, розподіл на художній та інформативний переклад вказує лише на основну функцію оригіналу, яка повинна бути відтворена в перекладі. Насправді, в текстах художньої тематики можуть бути окремі частини, які виконують виключно інформативні функції, і, навпаки, в перекладі інформативного тексту можуть бути елементи художнього перекладу [9, с. 115]. Далі, в залежності від приналежності до функціонального стилю вихідного тексту, в інформативному перекладі виділяються підвиди (суспільно-політичний переклад, переклад газетно-інформаційних матеріалів, науково-технічний переклад, офіційно-діловий переклад, військовий переклад, переклад рекламних матеріалів, переклад патентів тощо) [17, с. 98].

А.В. Федоров також вважає основним критерієм класифікації текстів *жанрово-стильову приналежність*. Він визначає її як врахування ролі, яку виконує та чи інша категорія мовних засобів (термінів, фразеології, характерної для конкретного жанру, синтаксичних конструкцій, що переважають у ньому, образних і емоційно забарвлених елементів словника і граматики тощо) разом із загальним характером змісту [21, с. 227], і виділяє три групи текстів: газетно-інформаційні, документальні та спеціальні наукові, публіцистичні твори та твори художньої літератури.

В.В. Коптілов розділяє тексти для перекладів за *жанрово-стильовою приналежністю* на офіційно-ділові тексти, наукові твори, газетно-інформаційні повідомлення, публіцистику і художні твори, наголошуючи на їх складному і творчому характері [10, с. 5].

А. Паршин виділяє шість видів перекладу за ознакою *жанрово-стилістичної характеристики* перекладного матеріалу і *жанрової приналежності*: науково-технічний переклад (переклад науково-технічних текстів і документації); суспільно-політичний переклад (переклад суспільно-політичних текстів); художній переклад (переклад художніх текстів); військовий переклад (переклад текстів військової тематики); юридичний переклад (переклад текстів юридичного характеру); побутовий переклад (переклад текстів розмовно-побутового характеру) [16, с. 17].

Л.Н. Соболев обрав критерієм своєї класифікації *міру точності*, яка змінюється в залежності від мети перекладу, характеру тексту перекладу та читача, якому призначається переклад [21, с. 225]. Відповідно до цього критерію він розглянув три основні групи текстів – художні, публіцистичні і ділові (наукові), для кожної з яких визначив особливі критерії точності перекладу, зазначивши, що існують і перехідні (змішані) типи текстів.

Уваги у питанні класифікації текстів заслуговують праці К. Райс, яка досліджувала проблему зв'язку типології тексту з теорією перекладу на основі теорії жанрів текстів. Основними поняттями цієї теорії є «тип тексту», який використовується для класифікаційного виділення універсальних, базисних форм тексту в людській комунікації, і «жанр тексту», який визначається як клас вербальних текстів, що виділяються на основі спільності структури, меж варіативності і використання в однотипних комунікативних контекстах [22, с. 32].

На думку К. Райс, спрощеного поділу на два типи текстів явно недостатньо, оскільки в обох групах можуть бути виділені численні види текстів, що ставлять абсолютно різні проблеми і потребують різних методів перекладу, а, отже, підкоряються абсолютно різним закономірностям [7, с. 203]. Дослідниця вважає, що, аналізуючи типи текстів, слід виходи з обґрунтованих критеріїв. Перш за все до таких критеріїв слід віднести *мову* та *функції*, які вона виконує у тексті. В залежності від переважання тієї чи іншої функції в конкретному тексті можна виділити три основні типи: за функцією опису – тексти, орієнтовані на зміст; за функцією вираження – тексти, орієнтовані на форму; за функцією звернення – тексти, орієнтовані на звернення [7, с. 209-210]. Кожен тип текстів може далі класифікуватися на види. Якщо тип тексту значною мірою визначає вибір методу і ступінь важливості того, що підлягає

збереженню при перекладі, вид тексту визначає, які внутрішньомовні закономірності слід враховувати при перекладі [7, с. 211].

Найбільш переконливою, на думку В.С. Виноградова, є класифікація на основі *функціональних ознак*. Професор класифікує тексти, виходячи з трьох основних функцій мови: спілкування, повідомлення і впливу, так само, як і при класифікації стилів мови та мовлення, оскільки останні виступають системною реалізацією функціонально-обумовлених мовних засобів [6, с. 15]. В залежності від *функцій мови* і *стилю мови*, В.С. Виноградов виділяє шість основних функціонально-стильових типів текстів: розмовні, офіційно-ділові, суспільно-інформативні, наукові, художні та релігійні. Разом із цим, автор зазначає, що мовні стилі взаємовпливають один на одного та взаємопроникають. Існують перехідні і периферійні стильові реалізації. Однак у кожному тексті є щось визначальне, що складає його специфіку і дозволяє ділити тексти на класи.

Таким чином, існуючі класифікації текстів не мають єдиної концепції щодо виділення типів текстів, проте дають можливість визначити місце військового перекладу серед інших видів, а також зорієнтуватися у виборі критеріїв, необхідних для подальшого розгалуження текстів військової тематики за спільними ознаками.

Загальновживана лексика представлена у всіх типах літературного, книжково-письмового та усно-мовленнєвого матеріалу, оскільки утворює ту основу, на якій взагалі можливе розуміння. Загальновживана лексика утворює той фон, на якому виділяються, та з яким вступають у певні відношення різні елементи словникового складу мови, що становлять її різні шари [21, с. 227]. Існує загальна тенденція: чим вище частотність термінів, тим більш спеціальним є текст за своїм змістом.

Як зазначає Л.Л. Нелюбін, усі військові матеріали відрізняються від інших матеріалів насиченістю спеціальною військовою лексикою, широким використанням військової і науково-технічної термінології, наявністю певної кількості змінно-стійких і стійких словосполучень, характерних лише для військової сфери спілкування, великою кількістю військової номенклатури і спеціальних скорочень та умовних позначень, що використовуються тільки у військових матеріалах, а з точки зору синтаксису – широким використанням еліптичних (особливо у військовій документації) і клішованих конструкцій, бідністю часових дієслівних форм, стислою формою висловлювання, використанням всередині одного речення численних паралельних конструкцій, виражених інфінітивними і дієприкметниковими зворотами [15, с. 12].

Тексти військової тематики належать до інформативних текстів, основним завданням яких є передача змісту та інформації, тому одним із критеріїв класифікації текстів у військовому перекладі слід вважати саме *змістовне наповнення*. Оскільки зміст тексту безпосередньо пов'язаний із формою, крім змістовного наповнення слід також зважати і на спосіб викладення. Тексти військової тематики, як правило, мають *визначену форму*, яка суворо регламентується.

Г.М. Стрелковський зазначає, що у військовому перекладі особливо важливо враховувати також й *орієнтацію на конкретного одержувача* повідомлення, оскільки в деяких військових текстах, таких як накази і статути, форма вираження спеціально підкреслює цю функціональну зорієнтованість тексту [19, с. 10].

Отже, тексти військового перекладу, крім змістового наповнення та визначеної форми, також зорієнтовані на звернення, що допомагає перекладачу визначити вибір мовленнєвих засобів для створення еквівалентного цільового тексту.

Виділення жанрів у військовому перекладі має важливе значення для практики перекладу, оскільки орієнтує військового перекладача у виборі певних мовних засобів, характерних саме для даного жанру, і вказує на призначення тексту конкретному адресату [19, с. 70].

У військовій літературі можна виділити історично сформовані, стійкі різновиди текстів, що розрізняються за *змістовною спрямованістю* та *функціональним призначенням.* Саме ці критерії визначають вибір конкретних мовних засобів, які, в свою чергу, характеризують той або інший жанр [19, с. 101].

Г.М. Стрелковський розрізняє дві відокремлені групи текстів: 1) тексти інформаційного змісту, в яких він виділяє чотири жанри (військово-наукові, військово-технічні, військово-інформаційні та військово-публіцистичні тексти) і 2) тексти, що регламентують життєдіяльність військ, таких жанрів: статути і настанови, військово-ділові тексти.

Окремим жанром Г.М. Стрелковський виділяє військові мемуари, які мають всі характеристики художньої літератури із високою термінологічною насиченістю [19, с. 101]. Для класифікації жанрів військових текстів перекладознавець використовував такі параметри загальної теорії мовної комунікації: особистість відправника повідомлення, зміст повідомлення, особистість одержувача повідомлення. В залежності від переважання того або іншого параметра в тексті, можна говорити про особистісну, ділову або спонукальну характеристику тексту.

С.І. Алєксєєва вважає, що тематичний розподіл не відображає специфіки перекладу на рівні тексту, оскільки будь-який науковий текст (з хімії, біології або психології) перекладається із застосуванням однакової стратегії, розрізняються лише терміни [1, с. 242].

Л.Л. Нелюбін виділяє у військовому перекладі військово-художні, військово-публіцистичні, військово-політичні, військово-наукові, військово-технічні матеріали, акти військового управління (різні військові документи). При цьому, до суто військових матеріалів автор відносить науково-технічні матеріали і акти управління, пов'язані з життєдіяльністю військ та військових установ збройних сил. Переклад бойових документів також відносить до сфери військово-технічного перекладу, що представляє собою один із видів спеціального перекладу [14, с. 138]. Військово-художня література, військова публіцистика та військово-політичні матеріали, на думку Л.Л. Нелюбіна, є військовими лише за своєю цілеспрямованістю та тематикою, і загалом характеризуються тими ж ознаками, що притаманні всім суспільно-політичним, публіцистичним та художнім текстам [15, с. 11].

У навчальному посібнику з перекладу бойових документів армії США Л.Л. Нелюбін наводить класифікацію військових документів США за місцем документа в загальній системі актів військового управління за видами збройних сил. Наприклад, штабні документи розділяються на три основні групи: документи планування,

інформаційно-звітні документи і документи управління, за своєю функціональною ознакою і характером інформації, що передається [14, с. 9].

Бойові документи автор класифікує відповідно до типу і характеру документів на такі групи:

- накази, розпорядження, офіційні листи, службові записки, зведення, переговорні таблиці, шифри, коди, таблиці позивних та інші оперативно-тактичні документи, цінність яких визначається їх новизною;
- офіційні друковані видання постійного характеру (статути, настанови, інструкції);
- географічні документи (карти, схеми тощо);
- особисті документи та знаки розрізнення з'єднань;
- щоденники, записні книжки, особисті записи та фотографії;
- приватне листування;
- газети та інші друковані видання;
- оголошення цивільної влади.

Л.Л. Нелюбін підсумовує, що при перекладі бойових документів необхідна найдокладніша і найточніша передача не лише змісту, а й форми документа [14, с. 139-141].

Р.К. Міньяр-Бєлоручев наводить таку класифікацію текстів військової тематики: бойові документи, статути і настанови, інструкції та технічні описи, військово-наукові статті, військова публіцистика [12, с. 195].

Таким чином, знання лінгвістичних і функціональних особливостей військових текстів на основі глибокого розуміння загальних закономірностей перекладацького процесу є однією з основних передумов успішної діяльності військового перекладача [20, с. 15].

Критерії класифікації текстів у військовому перекладі.

З урахуванням вищезазначених класифікацій текстів, на підставі запропонованого В.В. Балабіним розподілу військового перекладу на три основні види (військово-політичний, військово-технічний та військово-спеціальний) [3, с. 4; обкладинка], вважаємо за необхідне визначити чотири критерії виділення текстів у військовому перекладі:

1) *змістовна спрямованість (змістовно-тематичне наповнення);*
2) *функціональне призначення (приналежність до функціонального стилю);*
3) *спосіб викладення (визначена форма);*
4) *орієнтація на конкретного одержувача.*

За цими критеріями тексти у військовому перекладі можна класифікувати на три групи: тексти військово-політичної тематики; тексти військово-технічної тематики; тексти військово-спеціальної тематики.

Тексти військово-політичної тематики виконують *настановчо-інформативну функцію повідомлення* про стан державної політики національної безпеки, діяльність збройних сил, оборонну політику держави, огляд та аналіз обороноздатності держави, *висвітлення* аспектів урегулювання офіційних відносин між представниками оборонних відомств різних країн, а також *імперативну функцію спонукання до дії,* оскільки зміст документів є обов'язковим до виконання для тих, кому вони адресуються.

Тексти військово-політичної тематики належать до офіційно-ділового стилю, оскільки функціонують у сфері офіційно-ділових відносин і характеризуються такими рисами, властивими для цього стилю, як офіційність, неособистісний характер, об'єктивність і беземоційність.

Змістовне наповнення даних текстів загальновійськовою, суспільно-політичною лексикою ділового спілкування, що представлена військовими та політичними термінами, стандартними стійкими висловами, номенклатурами та кліше, визначає приналежність текстів до таких підстилів, як законодавчий, дипломатичний та адміністративно-канцелярський.

Спосіб викладення текстів військово-політичної тематики відзначається логічністю, послідовністю і точністю викладу фактів, документальністю, об'єктивністю оцінок та емоційно-експресивною нейтральністю. Сфера призначення даних тестів (воєнна політика, стратегічне планування, сектор національної безпеки і оборони, міжнародне військове співробітництво та миротворча діяльність) визначає широке коло адресантів: військові, політики, дипломати, аналітики, науковці, фахівці у галузі військового будівництва, національної стратегії та оборони, журналісти, громадяни.

Тексти військово-технічної тематики виконують *функції опису* озброєння та військової техніки, *пояснення* технічної документації, *передачі (обміну)* науково-технічної інформації, *висвітлення* аспектів військово-технічного співробітництва. Основна функція *повідомлення* військово-технічної інформації визначає приналежність текстів військово-технічної тематики до науково-технічного підстилю.

Обмежене коло *адресантів* цих текстів, яке охоплює представників професійної групи з певними екстралінгвістичними знаннями з військової і технічної тематики, сфери оборонної промисловості, торгівлі та послуг, визначає формально-логічний *спосіб викладення матеріалу,* що характеризується граничною точністю, ясністю, однозначністю, стислістю вираження думки, суворою логічною послідовністю та повнотою висловлення.

Характерною особливістю військово-технічного перекладу є *насиченість* загальнонауковими та загальнотехнічними, військовими галузевими та вузькоспеціальними термінами. *Змістовно-тематичне наповнення* текстів визначається їх сферою функціонування, що включає внутрішню та зовнішню балістику, стрілецьку зброю, бойову техніку, ракетно-артилерійське озброєння, авіаційну техніку та озброєння, озброєння військово-морських сил, спеціальну техніку, тактико-технічні характеристики цього озброєння, випробування, оборонні дослідження і технології, експорт та імпорт продукції військового призначення й товарів подвійного використання, модернізацію та продовження ресурсу озброєння та військової техніки, військово-технічне співробітництво.

Тексти військово-спеціальної тематики відрізняються від інших текстів своєю спрямованістю на вузьке **коло адресантів і часто представлені документами з грифом обмеженого доступу**. Сфери функціонування цих текстів суто військові і включають стратегію і тактику, рівні ведення війни, види військових операцій (наступ, оборону, марш, зустрічний бій), бойове забезпечення, тилове забезпечення, воєнну економіку та фінанси, мобілізаційні можливості, резерв, бойову готовність тощо.

Тексти військово-спеціальної тематики виконують *командно-наказову функцію та функцію повідомлення* (доведення до підлеглих рішення командира, бойових завдань і спеціальної інформації), *організаційно-регулятивну функцію (*встановлення прав і обов'язків військовослужбовців). За функціональним призначенням тексти військово-спеціальної тематики можна віднести до законодавчого та адміністративно-канцелярського підстилів офіційно-ділового стилю.

Спосіб викладення цих текстів відрізняється граничною ясністю, стислістю і лаконічністю висловлювань, схильністю до якомога короткого і максимально чіткого формулювання, що не допускає різних тлумачень, конкретністю інформації, що міститься в документах, динамічністю і експресивністю її передачі, однозначністю її сприйняття. Часто ці тексти представлені у вигляді графічних документів з використанням схем і карт. На лексичному рівні тексти військово-спеціальної тематики характеризуються насиченістю спеціальною військовою та військово-технічною термінологією, широким використанням різного роду скорочень, умовних позначень, топонімів, антропонімів, вживанням спеціальної військової фразеології.

Висновки. Функції, які виконує текст, та коло адресантів визначають приналежність цього тексту до функціонального стилю, який, у свою чергу, обґрунтовує вибір тих або інших мовних засобів та спосіб викладення. Обрані критерії допомогли визначити специфіку кожної групи текстів військового перекладу, проте не виключають взаємопроникнення та взаємовплив наведених стильових реалізацій. Жанри військових текстів характеризуються лінгвістичними і функціональними особливостями, що визначають специфіку військового перекладу як спеціального виду перекладу і потребують окремого ґрунтовного дослідження.

Запропонована класифікація текстів у військовому перекладі на тексти військово-політичної, військово-технічної та військово-спеціальної тематики розкриває змістовну специфіку військового перекладу серед інших спеціальних видів перекладу і може слугувати основою для подальшої типологізації текстів військової тематики з урахуванням конкретних жанрів текстів.

Ця класифікація дає можливість визначити стратегію військового перекладу, обрати метод і прийом такого перекладу, здійснити оцінку та редагування цільового тексту для досягнення функціональної тотожності як основи перекладацьких перетворень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алексеева И.С.* Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений / И.С. Алексеева. – М. : Академия, 2004. – 352 с. – С. 242. 2. *Балабін В.В., Лісовський В.М., Чернишов О.О.* Основи військового перекладу (англ. мова): підручник / В.В. Балабін, В.М. Лісовський, О.О. Чернишов; за ред. В.В. Балабіна. – К. : Логос, 2008. – 587 с. – С. 5. 3. *Балабін В.В*. Основи військового перекладу: (Англійська мова): Навчальний посібник / В.В. Балабін. – К. : Логос, 2004. – Ч. І. – 208 с. 4. *Брандес М.П.* Предпереводческий анализ текста (для институтов и факультетов иностранных языков): Учеб. пособие / М.П. Брандес, В.И. Провоторов. – М. : НВИ-ТЕЗАУРУС, 2001. – 224 с. – С. 3. 5. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ

«Перун», 2005. – 1728 с. 6. *Виноградов В.С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М. : Изд-во Ин-та общего сред. образования РАО, 2001. – 224 с. – С. 14-15. 7. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: Сборник статей: Пер. с англ., нем., франц. Вступительная статья и общая ред. перевода В.Н. Комиссарова. – М. : Междунар. отношения, 1978. – 232 с. – С. 202-225. 8. *Гончарук Л.М.* Жанрові аспекти перекладу офіційно-ділових документів франкомовного військового дискурсу [Дисертація]: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16 / Гончарук Лілія Миколаївна // КНУТШ. – Київ, 2015. – 211 с. 9. *Комиссаров В.Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты) : Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностран. яз. / В.Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с. – С. 102. 10. *Коптілов В.В.* Теорія і практика перекладу: Навч. посібник (для студентів) / В.В. Коптілов. – К. : Юніверс, 2003. – 280 с. 11. *Лісовський В.М.* Військово-технічний переклад (англійська мова): Підручник / За ред. В.В. Балабіна. – К.: ВІКНУ, 2009. – 950 с. – С. 6. 12. *Миньяр-Белоручев Р.К.* Общая теория перевода и устный перевод / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М. : Воениздат, 1980. – 237 с. 13. *Нелюбин Л.Л.* Наука о переводе (история и теория с древнейших времен до наших дней): учеб. пособие / Л.Л. Нелюбин, Г.Т. Хухуни. – М. : Флинта: МПСИ, 2006. – 416 с. – С. 6. 14. *Нелюбин Л.Л.* Перевод боевых документов армии США / Л.Л. Нелюбин. – (2-е изд., перераб. и доп.). – М. : Воениздат, 1989. – 269 с. – С. 9. 15. *Нелюбин Л.Л., Дормидонтов А.А., Васильченко А.А.* Учебник военного перевода / Л.Л. Нелюбин, А.А. Дормидонтов, А.А. Васильченко. – М. : Воениздат, 1981. – 444 с. – С. 6. 16. *Паршин А.* Теория и практика перевода [Текст] / А. Паршин. – М. : Высш. шк., 2008. – 422 с. 17. *Сдобников В.В., Петрова О.В.* Теория перевода. – М. : Восток-Запад, 2006. – 448 с. – С. 96-97. 18.*Солодяк О.Ю.* Ознаки військово-політичного стилю та жанру / О.Ю.Солодяк // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка; відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К. : Логос, 2006. – № 10. – С. 338. 19. *Стрелковский Г.М.* Теория и практика военного перевода: немецкий язык / Г.М. Стрелковский. – М. : Воениздат, 1979. – 272 с. 20. Учебник военного перевода. Немецкий язык. Кн. 1: Общий курс / Р.В. Ефимов, Б.Л. Бойко, Л.К. Латышев и др. – М. : Воениздат, 1985, – 400 с. – С. 15, 36-38. 21. *Федоров А.В.* Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – М. : «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с. – С. 225. 22. *Швейцер А.Д.* Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 214 с. – С. 31. 23. *Юндіна О.В.* Теорія та практика військового перекладу в Україні / Юндіна О.В. // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – К. : КНУ, 2007. – Вип. 41: Іноземна філологія. – С. 42-43.

Никифорова Е.Н., науч. сотр., соискатель,
Военный институт КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕКСТОВ В ВОЕННОМ ПЕРЕВОДЕ

В статье рассматривается вопрос классификации текстов военной тематики в связи с разработкой специальных теорий перевода, одной из которых является теория военного перевода. Проведен обзор классификаций видов и текстов в военном переводе, определены основные критерии классификации текстов на военно-политические, военно-технические и военно-специальные.

Ключевые слова: *переводоведение, военный перевод, критерии классификации текстов, военные тексты (тексты военной тематики).*

Nikiforova O., Research Assistant, Candidate for a Degree
Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv

TEXTS CLASSIFICATION IN MILITARY TRANSLATION

The article highlights the issue of military texts classification in the context of special translation theories development where the military translation serves as a separate theory. The overview of classifications of types and military texts has been conducted. The main criteria have been defined to divide military texts into military-political, military-technical and military-specific.

Key words: *translation studies, military translation, texts classification criteria, military texts.*

УДК 811.16:81’37

Ніколаєнко Л.І., к. філол. н.
Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України, м. Київ

ЛЕКСИКОГРАФІЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ НАЗВ ЕМОЦІЙ ГРУПИ “СПІВЧУТТЯ” У СЛОВ’ЯНСЬКИХ МОВАХ

Статтю присвячено дослідженню семантичних відмінностей і подібностей назв емоцій групи “Співчуття” у польській, українській і російській мовах. Аналіз здійснюється на матеріалі тлумачних словників трьох мов та інших лексикографічних і наукових праць.

Ключові слова: *дефініція, семантичний компонент, лексикографічна інтерпретація, значення, емотиви-номінативи (назви емоцій).*

Початковим етапом семантичного дослідження лексики на позначення емоцій, як і будь-яких лексичних одиниць, є дефініційний аналіз. Багато мовознавців стверджують, що словникові дефініції не експлікують значення слова, а лише ідентифікують його логіко-предметний зміст шляхом встановлення тотожності даного поняття з іншим, вже відомим нам поняттям і його найменуванням [6, с. 18]. За Ю.Д. Апресяном, лексикографічні тлумачення повинні відповідати двом основним вимогам: 1) значення, що тлумачиться, має визначатися через простіші значення і в кінцевому підсумку зводитися до невеликого набору елементарних значень – слів семантичної мови, що дозволяє уникнути тавтологічного кола в тлумаченнях; 2) повинні бути перераховані всі семантичні компоненти визначуваного, визначення повинно бути точною синонімічною перифразою визначуваного [1, с. 95].

Лексика на позначення емоцій є досить складним об’єктом для лексикографічної інтерпретації. Ю.Д. Апресян визнає, що у словниках слова, які описують емоційний стан людини, часто тлумачаться одне через одне, хоча, через розвиненість наївно-психологічних уявлень, вони рідко бувають точними синонімами, зокрема, між іменниками *сострадание* і *жалость* є тонка семантична відмінність, що виявляється при їх систематичному зіставленні: *співчувають* (рос. *сострадают*) тому, хто страждає сам, а *жаліють* того, чиє становище або стан видається суб’єкту *жалості*

небажаним, навіть якщо сам об'єкт *жалості* ніяких негативних емоцій не відчуває і нічого поганого в своєму становищі не бачить [1, с. 100].

Метою нашої розвідки є визначення семантичних відмінностей та подібностей назв емоцій групи "Співчуття" у польській, українській і російській мовах. До аналізованої групи ми включаємо емотиви-номінативи з інтегральним значенням "співпереживання чужого горя, нещастя, страждання": польськ. *współczucie, litość, politowanie, żal, żałość*, *miłosierdzie*, *ubolewanie*; укр. *співчуття, жалість, жалощі, жаль*, *милосердя;* рос. *сочувствие, сострадание, жалость, сожаление*, *милосердие, участие*, *сердоболие*, *соболезнование*[1]. Аналіз здійснюється на матеріалі тлумачних словників трьох мов та інших лексикографічних і наукових праць. Порівняння проводиться як на міжмовному, так і на внутрішньомовному рівнях. Як уже говорилося вище, значення слів, що позначають емоції, у лексикографічних джерелах часто розкриваються через синонімічні одиниці, тому в аналізованих дефініціях для наочності ми будемо виділяти синоніми, за допомогою яких тлумачаться порівнювані лексеми.

Центральне місце серед досліджуваних емотивів-номінативів семантичної групи "Співчуття" займають назви: польськ. *współczucie*, *litość*, укр. *співчуття*, *жалість*, рос. *сострадание*, *сочувствие*, *жалость*. Польська назва *współczucie* має лише одне значення "uczuciowa solidarność z osobą cierpiącą, **litość**, **ubolewanie** okazywane komuś nieszczęśliwemu" – 'емоційна солідарність з тим, хто страждає, жалість, жаль, висловлені комусь нещасливому' [USJP]. Перше значення української лексеми *співчуття* "чуйне ставлення до чийого-небудь горя, до чиїхось переживань; почуття **жалю**, викликане чиїм-небудь нещастям, горем; жаль, висловлений усно або письмово з приводу нещастя, горя, що спіткали кого-небудь" [СУМ] та російської *сочувствие* "отзывчивое, **участливое отношение** к горю, переживаниям кого-либо; **сострадание**" [ССРЛЯ] тотожне з дефініюванням польської назви *współczucie*. Оскільки друге значення українського і російського іменників "доброзичливе, прихильне ставлення до кого-небудь; підтримка, схвалення" не пов'язане з групою "Співчуття", ми його не розглядаємо. Емоційне переживання, що позначається назвами *współczucie*, *співчуття*, *сочувствие*, являє собою внутрішнє ототожнення себе з об'єктом емоції і співпереживання разом з ним його горя, нещастя. Словотвірна конструкція аналізованих лексем передбачає значення "відчування однаково з кимось, емпатія", однак ці назви розвинули лише значення "відчування однаково з кимось його горя, нещастя", пор. дефініювання першого значення іменника *сочувствие* у "Тлумачному словнику російської мови" за ред. Д.М. Ушакова: "отзывчивое отношение к чужому чувству, преимущественно горестному, **сострадание**" [ТСРЯ].

Російський моносемант *сострадание* має прозору словотвірну конструкцію, яка абсолютно точно передає значення "страждання разом із тим, хто страждає". Почуття, що позначається назвою *сострадание*, базується на усвідомленні чужого страждання і ототожненні себе із тим, хто страждає. Семантичний компонент "страждання" цілком логічно присутній у дефініціях "Тлумачного словника російської мови" за ред. Д.М. Ушакова: "**сочувствие** чужому страданию, **участие**, возбуждаемое горем,

[1] Дослідження проводилось на основі аналізу текстів Національного корпусу російської мови [Електронний ресурс] – Режим доступу від 1.07.2016: http://www.ruscorpora.ru.

несчастьем другого человека” [ТСРЯ] та “Великого тлумачного словника російської мови”: “**сочувствие, жалость**, вызваннные чьим-либо страданием, несчастьем” [БТСРЯ], але невиправдано відсутній у дефініції “Словника сучасної російської літературної мови”: “чувство **жалости**, вызванное чьим-либо несчастьем, горем, **сочувствие**” [ССРЛЯ]. Про *сострадание* можна говорити у тих випадках, коли об’єкт почуття страждає, тобто відчуває гострий фізичний або глибокий душевний біль [5, с. 107].

Польська моносемантична назва *litość* “**współczucie** dla kogoś, uczucie **żalu** nad kimś, chęć przyjścia z pomocą” [USJP] тлумачиться через синоніми *współczucie* і *żal*, а також включає сему “бажання прийти на допомогу”.

Перше значення укр. *жалість* “**співчутливе ставлення** до чужого горя, переживання; **жаль, жалощі**” [СУМ] та рос. *жалость* “**сострадание, сочувствие**” [ССРЛЯ] відрізняється від дефініції польськ. *litość* тим, що не включає сему “бажання прийти на допомогу”. В українській та російській лексемах виділяється ще друге, фактично однакове значення, пор.: укр. “*рідк.* почуття скорботи, печалі, туги, смутку” [СУМ], рос. “*устар. и простореч.* горесть, печаль” [ССРЛЯ]. Це значення певною мірою можна вважати наближеним до інтегрального значення семантичної групи “Співчуття”, оскільки “співпереживання чужого горя, нещастя, страждання” може супроводжуватися і сумом, і скорботою, і печаллю. В обох мовах воно є рідковживаним. Слід зазначити, що у “Великому тлумачному словнику російської мови” лексема *жалость* фіксується вже лише з одним значенням “чувство **сострадания** к кому-, чему-либо” [БТСРЯ].

Польський емотив-номінатив *politowanie* “**współczucie**, **litość**, często z odcieniem lekceważenia lub pobłażliwości” [USJP] є однозначним іменником, який тлумачиться через синоніми *współczucie* і *litość,* але з уточненням “часто з відтінком зневаги або поблажливості”. Власне через це він не може займати центрального місця в описуваній групі. Вираз *godny politowania* вживається у значенні ‘жалюгідний’.

Далі від центру семантичної групи “Співчуття” можна розмістити полісемантичні лексеми: польськ. *żal*, *żałość*, укр. *жаль*, *жалощі*, рос. *сожаление*. Значення “почуття суму з приводу чийогось страждання” не є для польської назви *żal* самостійним, воно є лише семантичним компонентом її першого значення: “uczucie smutku z powodu utraty kogoś, czegoś, z powodu doznanego zawodu, czyjegoś cierpienia itp.” [USJP], “głębokie uczucie smutku z powodu czegoś złego, np. straconych szans, braku możliwości, mijającego czasu, czyjegoś cierpienia lub czyjejś śmierci” [ISJP]. Близькою до *żal* є назва *żałość*, яка тлумачиться як “przejmujący smutek, **żal**” – ‘пронизливий сум, жаль’ [USJP]. На відміну від загальновживаного *żal* слово *żałość* має стилістичне обмеження, воно маркується як книжне. Отже, значення “почуття суму з приводу чийогось страждання” ці лексеми можуть отримувати лише контекстно, оскільки воно не є самостійним.

В українського іменника *жаль* значення, пов’язане з групою “Співчуття”, є самостійним, однак лише другим, воно тлумачиться через синоніми *жалість* і *співчуття*, натомість перше значення є ідентичним до *сум*, *печаль*, *скорбота*: “1) Важкий настрій, що викликається якоюсь невдачею, горем; сум, печаль, скорбота; 2) **співчутливе**

ставлення до чийого-небудь горя, переживання; **жалість, співчуття**" [СУМ]. Семантично тотожною до *жаль* є лексема *жалощі*, друге значення якої тлумачиться через синоніми *жаль*, *жалість*, *співчуття*, а перше – через *туга*, *скорбота*: "1) пригнічений настрій, що викликається бідою, нещастям, невдачею і т. ін.; туга, скорбота; 2) те саме, що **жаль 2**; **жалість, співчуття**" [СУМ]. Як уже згадувалось, співпереживання чужого горя, нещастя, страждання може супроводжуватися і сумом, і скорботою, пор. аналогічне дефініювання польського *żal*: "почуття суму з приводу <…> чийогось страждання". Можна сказати, що іменники *жаль*, *жалощі* позначають складні почуття, але значення, пов'язане з групою "Співчуття", не є основним і може виявлятися лише у контексті.

Дуже близькою до укр. *жаль*, *жалощі* є російська назва *сожаление* "1) чувство печали, огорчения о чем-либо (утраченном, непоправимом и т. п.); 2) **жалость, сострадание, сочувствие** к кому-либо" [ССРЛЯ], "*книжн.* 1) чувство печали, скорби, раскаяния, вызванное сознанием какой-нибудь утраты или непоправимости чего-нибудь; 2) **жалость, сострадание**" [ТСРЯ]. Однак її перше значення трохи звужене, порівняно з українськими лексемами: "почуття печалі, смутку за чимось (утраченим, непоправним тощо)". Таким чином, польські лексеми *żal*, *żałość* відрізняються від українських *жаль*, *жалощі* та російської *сожаление* тим, що значення, пов'язане групою "Співчуття", не виділяється в їх дефініціях як самостійне.

Наступні назви емоцій займають якнайдальшу позицію від центру в аналізованій групі: польськ. *miłosierdzie*, *ubolewanie*, укр. *милосердя*, рос. *милосердие*, *сердоболие*, *участие, соболезнование*. У російських словниках лексема *милосердие* тлумачиться не як емоція, а як готовність допомогти або сама допомога, викликані емоцією *співчуття*: "готовность помочь кому-либо из чувства **сострадания**; оказание помощи кому-либо из этих же чувств" [ССРЛЯ], "готовность оказать помощь, проявить снисхождение из **сострадания**, человеколюбия; сама помощь, снисхождение, вызванные такими чувствами" [БТСРЯ]. У дефініції укр. *милосердя* йдеться передовсім про емоцію: "добре, **співчутливе ставлення** до кого-небудь; вияв **жалості**; помилування" [СУМ]. Польськ. *miłosierdzie* дефініюється наближено до української лексеми: "dobroć i **litość** okazywane komuś; zmiłowanie"– 'вияв доброти і жалості; змилування' [USJP], "*przest., książk.* dobroć lub uczucie litości okazywane komuś cierpiącemu lub będącemu w potrzebie" – '*заст., книжн.* вияв доброти або жалості тому, хто страждає чи потребує допомоги' [ISJP]. Очевидно, під "виявом жалості" слід розуміти "дієве" почуття *жалості*, тобто активну поведінку суб'єкта, викликану цим почуттям і спрямовану на покращення ситуації об'єкта, який, на думку суб'єкта, потребує допомоги, пор. також трактування іменника *miłosierdzie*, запропоноване польською дослідницею А. Ролею "Х безкорисливо щось робить, щоб покращити ситуацію Y-ка (об'єкта почуття)" [8, с. 53]. Слід зазначити, що *милосердя* дуже пов'язане з християнським світосприйняттям, тому відповідно має обмежене стилістичне функціонування, в "Іншому словнику польської мови" *miłosierdzie* маркується як застаріле і книжне.

Російський іменник *сердоболие* дефініюється наступним чином: "*книжн., устар.* сердечная отзывчивость, сострадание" [ТСРЯ], "сочувствие чужому горю; сострадание; отзывчивость" [ССРЛЯ], "*трад.-нар.* сочувствие чужому горю, сострадание"

[БТСРЯ]. У “Тлумачному словнику російської мови” за ред. Д.М. Ушакова [ТСРЯ] *сердоболие* маркується як книжне, застаріле, у “Великому тлумачному словнику російської мови” [БТСРЯ] – як традиційно-народне. Отже, у сучасній російській мові іменник *сердоболие* є стилістично обмеженим і рідковживаним. Варто звернути увагу на те, що автори “Нового пояснювального словника синонімів російської мови” не включили цей іменник у синонімічний ряд *жалості* [5, с. 107-112].

Участие є багатозначною лексемою, і значення, пов’язане з групою “Співчуття”, не є для нього основним, пор.: “1) выполнение вместе с кем-либо какого-либо дела, работы; совместное занятие чем-либо; 2) сердечное отношение, **сочувствие**” [ССРЛЯ], “1) совместная с другими деятельность; 2) обладание долей, паем в каком-либо деле, предприятии; 3) наличие, присутствие чего-либо; 4) сочувствие, сердечное отношение к кому-, чему-либо” [БТСРЯ]. У “Новому пояснювальному словнику синонімів російської мови” говориться, що *участие* позначає лише почуття, реалізоване у поведінці. Воно передбачає готовність допомогти [5, с. 109].

Польська назва *ubolewanie* тлумачиться як “**współczucie, żal** wyrażane komuś z powodu nieprzyjemnego lub nieszczęśliwego wydarzenia” – ‘*співчуття* та *жаль*, які виражаються комусь з приводу неприємного або нещасного випадку’ [USJP]. Тобто, *ubolewanie* можна назвати словесним вираженням почуття. Найчастіше цей іменник вживається у словосполученнях *wyrazić ubolewanie*, *złożyć wyrazy* (*głębokiego*) *ubolewania*. Першому відповідає укр. *висловити жаль*, рос. *выразить сожаление*, другому – укр. *висловити* (*глибоке*) *співчуття*, рос. *выразить* (*глубокое*) *соболезнование*. Вираз *godny ubolewania*, так само, як і *godny politowania*, має зневажливе значення ‘жалюгідний’. Польська дослідниця А. Роля вважає, що лексема *ubolewanie* найменш семантично споріднена з назвами групи “Співчуття”, значення, пов’язаного з аналізованою групою, вона може набувати лише контекстно і тому перебуває на периферії цієї групи [8, с. 53].

Дуже близькою до польського іменника *ubolewanie* є російська назва *соболезнование*. Хоча її визначення у словниках подається через синоніми *сочувствие* і *сострадание*: “**сочувствие** несчастью, страданиям кого-либо; **сострадание**” [ССРЛЯ], “**сочувствие** горю, беде, страданию кого-либо” [БТСРЯ], можна сказати, що у сучасній російській мові відбулося звуження сфери функціонування цього слова, у сполученні з дієсловами *выразить*, *высказать*, *принести*, *послать*, *оказать*, *принять* воно вживається лише для висловлення співчуття комусь з приводу втрати його рідних чи близьких. Як повний синонім до *сочувствие* іменник *соболезнование* трапляється лише у художніх текстах XIX ст.[1]

Звичайно, досить складно лише на основі словникових тлумачень визначати семантичну різницю порівнюваних лексем. Значну роль у семантичному описі лексичних репрезентантів емоцій відіграє також застосування прийому моделювання прототипних ситуацій чи сценаріїв емоційних станів людини. Так, зокрема, А. Вежбицька доводить, що, використовуючи цей метод, можна показати семантичну

[1] Дослідження проводилось на основі аналізу текстів Національного корпусу російської мови [Електронний ресурс] – Режим доступу від 1.07.2016: http://www.ruscorpora.ru.

відмінність навіть дуже близьких емоцій, таких як *pity* ‘жалість’ і *compassion* ‘співчуття’, пор.:

pity ‘жалість’ (*X відчув жалість*) =

(a) *X відчув щось*, *тому що X подумав щось*

(b) *іноді людина думає так про когось іще*:

(c) “*щось погане відбулося з цією людиною*

(d) ***це погано***

(e) ***щось подібне не відбувається зі мною*”**

(f) *коли ця людина думає так*

ця людина відчуває щось погане через це

(g) *X відчув щось таке*, *тому що X подумав так*

compassion ‘співчуття’ (*X відчув співчуття*) =

(a) *X відчув щось*, *тому що X подумав щось*

(b) *іноді людина думає так про когось іще*:

(c) “*щось погане відбулося з цією людиною*

(d) ***ця людина відчуває щось погане через це***

(e) ***я не хочу, щоб ця людина відчувала так*”**

(f) *коли ця людина думає так*

ця людина відчуває щось погане через це

(g) *X відчув щось таке*, *тому що X подумав так* [4, с. 174-175]. Відстоюючи важливість принципу універсальних семантичних примітивів чи прототипів у дослідженні лексичної семантики, А. Вежбицька разом з тим визнає, що “прототипи не можуть врятувати нас від строгого лексикографічного дослідження, однак вони можуть допомогти нам побудувати кращі, глибші визначення, орієнтовані на людську концептуалізацію реальності, яка відображена і втілена у мові” [3, с. 226].

Російська дослідниця Л.М. Іорданська також займалася розробленням семантичної метамови для експлікації лексичних одиниць на позначення емоцій. Семантичну різницю російських назв емоцій *жалость*, *сострадание* і *сочувствие* вона вбачала у причині виникнення почуттів, пор.:

А відчуває жалість стосовно С [з приводу В] = А засмучений з приводу В, *що викликане тим*, *що* ***В є злом для С***.

А відчуває сострадание (наше – укр. *співчуття*) *стосовно С [з приводу В] = А засмучений з приводу В*, *що викликане тим*, *що* ***В є причиною того, що С страждає***.

А співчуває С через В = А засмучений з приводу В, *що викликане тим*, *що* ***В неприємне для С*** [7, с. 116].

У руслі інтегрального підходу до опису мови, на думку Ю.Д. Апресяна, мікросвіт лексеми у словнику має бути представлений з урахуванням усіх тих зв’язків і взаємовпливів, які визначають її життя у мові і її поведінку в складі висловлювання. Таку вичерпну характеристику усіх лінгвістично істотних властивостей лексеми він називає “лексикографічним портретом” [2, с. 504]. У “Новому пояснювальному словнику синонімів російської мови” за ред. Ю.Д. Апресяна лексеми *жалость*, *сострадание, сочувствие, участие* пропонується розрізняти за наступними смисловими ознаками: 1) якими причинами викликане почуття; якою мірою сам об’єкт почуття усвідомлює,

що йому погано; 2) наскільки дана емоція стихійна і непідконтрольна суб'єкту; 3) яким є об'єкт почуття; 4) чи проявляється почуття зовні; 5) як воно пов'язане з оцінкою об'єкта почуття; 6) як співвідноситься стан суб'єкта зі станом об'єкта почуття [5, с. 107]. Наприклад, з огляду на другу ознаку, найбільш стихійною емоцією є *жалость*. Це безпосередня реакція душі на чуже страждання. Емоція *сострадание* подібна до емоції *жалость*, однак більш раціональна і контрольована. *Сочувствие і участие* пов'язані швидше не з безпосередніми душевними поривами, а більш-менш раціонально сформованими ставленнями до об'єкта [5, с. 108].

Таким чином, можна констатувати, що дефініювання лексем, які позначають емоції групи "Співчуття", у тлумачних словниках польської, української і російської мов є лексикографічно недосконалим. Незважаючи на велику семантичну подібність, назви досліджуваної групи не є абсолютними синонімами, тому не можуть тлумачитися одне через одне без вказівки на диференційні ознаки кожної з них. Кроком уперед у розв'язанні цієї проблеми є словник нового типу "Новий пояснювальний словник синонімів російської мови" за ред. Ю.Д. Апресяна [5], де пропонується "лексикографічне портретування" лексичних одиниць, зокрема і назв емоцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Апресян Ю. Д.* Избранные труды. Т. I. Лексическая семантика / Ю. Д. Апресян. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1995. – 472 с. 2. *Апресян Ю. Д.* Избранные труды. Т. II. Интегральное описание языка и системная лексикография / Ю. Д. Апресян. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1995. – 767 с. 3. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с. 4. *Вежбицкая А.* Универсальные семантические примитивы как ключ к лексической семантике (сфера эмоций) / А. Вежбицкая // Жанры речи. – 2005. – Вып. 4. – С. 157-183. 5. *Новый объяснительный словарь синонимов русского языка* / под общ. рук. Ю. Д. Апресяна. – М. : Языки русской культуры, 1997. – Вып. 1. – 511 с. 6. *Уфимцева А. А.* Лексическое значение. Принцип семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1986. – 240 с. 7. *Jordanskaja L.* Próba leksykograficznego opisu znaczeń grupy rosyjskich słów oznaczających uczucia / L. Jordanskaja // Semantyka i słownik: praca zbiorowa pod red. A. Wierzbickiej. – Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1972. – S. 105-123. 8. *Rola A.* Próba opisu różnic semantycznych w grupie polskich nazw "Współczucia" / A. Rola // Poradnik Językowy. – 2002. – z. 4. – S. 42-54.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

БТСРЯ – *Большой толковый словарь русского языка* / под ред. С. А. Кузнецова. – СПб. : Норинт, 2002. – 1535 с.

ССРЛЯ – *Словарь современного русского литературного языка*. – Москва-Ленинград, 1950-1965. – Т. 1-17.

СУМ – *Словник української мови* / за ред. І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1970-1980. – Т. 1-11.

ТСРЯ – *Толковый словарь русского языка* / под ред. Д. Н. Ушакова. – М. : Огиз, 1935-1940. – Т. 1-4.

ISJP – *Inny słownik języka polskiego* / red. M. Bańko. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – T. 1-2.

USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego* / red. S. Dubisz. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2003. – T. 1-4.

Николаенко Л.И., к. филол. н.,
Институт языкознания им. А.А. Потебни НАН Украины, Киев

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ НАЗВАНИЙ ЭМОЦИЙ ГРУППЫ “СОЧУВСТВИЕ” В СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКАХ

Статья посвящена исследованию семантических различий и сходств названий эмоций группы “Сочувствие” в польском, украинском и русском языках. Анализ осуществляется на материале толковых словарей трех языков и других лексикографических и научных работ.

Ключевые слова: *дефиниция, семантический компонент, лексикографическая интерпретация, значение, эмотивы-номинативы (названия эмоций).*

Nikolayenko L.I., PhD.
O.O. Potebnya Institute of Linguistic, National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv

THE LEXICOGRAPHIC TREATMENT OF SLAVONIC NAMES OF EMOTIONS OF THE “COMPASSION” GROUP

The article is a study of the semantic similarities and differences in emotion names of the “Compassion” group in Polish, Ukrainian, and Russian as described in explanatory dictionaries of these languages as well as other lexicographic sources and linguistic works.

Key words: *definition, semantic component, lexicographic treatment, meaning, emotion names.*

УДК811.112.2’373.611

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

СПЕЦИФІКА РЕАЛІЗАЦІЇ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ ПРЕСІ

Стаття присвячена розгляду особливостей функціонування новоствореної лексики у сучасній німецькій пресі з огляду на її потенціал впливати на свідомість реципієнта. Розглядаються продуктивні моделі утворення неологізмів та їх лінгвопрагматична роль.

Ключові слова: *неологізм, мова мас-медіа, емотивне та експресивне значення, способи творення оказіоналізмів.*

Якщо раніше індивідуально-авторські слова створювалися і вживалися переважно у художньому та розмовному стилях, рідше – у публіцистиці, то на початку XXI-го століття такі лексичні одиниці значно активізувалися у мові засобів масової інформації. На означення незвичних слів, створених відповідно до ситуації, випадку чи контексту, закріпився термін оказіональне слово, або оказіоналізм. **Актуальність виконаного дослідження** зумовлена поширенням індивідуально-авторських експериментів (оказіоналізмів) у сучасній пресі для привернення уваги читача. **Мета**

дослідження полягає у аналізі лексико-семантичних та морфологічних особливостей оказіоналізмів в мас-медійному дискурсі. **Матеріалом дослідження** послугувала сучасна німецькомовна преса (Spiegel; Deutsche Welle; Süddeutsche Zeitung), з якої методом загальної вибірки було відібрано близько 300 прикладів.

Оказіоналізми варто розглядати як складне явище системного і асистемного характеру. Як правило, це позанормативні периферійні лексичні елементи, створені переважно зі стилістичною метою – увиразнення якоїсь ситуації, образу, фрагмента дійсності, на що вказує контекст [1, с. 120]. Дослідники виокремлюють два види оказіоналізмів, що відрізняються своїм функціональним призначенням. «Причиною виникнення одних є номінативна функція, інших – експресивно-стилістична» [7, с. 210]. Крім того, вони наголошують, що «лексичне значення будь-якого оказіонального слова залежить здебільшого від контексту, а його експресія – самостійна особливість, що зберігається в будь-якому лексичному оказіональному значенні» [9, с. 311]. Конкретизуючи деякі з функцій оказіоналізмів, М.А. Сиривля визначає такі основні функції оказіоналізмів: формування позитивного враження; формування неприємного враження; віддзеркалення емоційного стану; повідомлення інформації про предмет мови [9, с. 164].

Оказіоналізми, що виконують номінативну функцію, несуть передусім інформативно-комунікативне навантаження. Водночас емоційні відтінки в них відчуваються відносно слабко: *Zu den **Vorwurfunterzeichnern** (*ті, хто підписав звинувачення) *gehören etwa Cruz' Ehemann Javier Bardem und der Regisseur Pedro Almodóvar. Die Prominenten werfen Israel «Völkermord» vor* [4].

Для сучасної публіцистики характерні переважно негативно оцінні оказіоналізми з надзвичайно високим рівнем експресивності: *der Sprachenkiller* (вбивця мови), *Unglückszone* (територія, де відбулася катастрофа), *Atomunglück* (атомна катастрофа), Missmanagement (некомпетентне керівництво): *Winterkorns Sparpläne:* Audi und Porsche werfen VW **Missmanagement** vor [3].

Позитивно оцінні оказіоналізми здебільшого забарвлюють контекст патетичними, піднесеними тонами: *Autoglückfall* (відвернення автомобільної катастрофи), *Friedensdbotschaftler*: *Der US-Friedensaktivist Ron McGerity radelte seit 1998 als **«Friedensbotschafter»** durch die Welt. 61 Länder hatte er dabei mit seinem Liege-Fahrrad besucht* [2]. Позитивно оцінними оказіоналізмами послуговується здебільшого мова реклами: *intensivleuchtend*, *sonnensensibel, spiegelschön, Bikinifigur, Farberlebnis, Haar-Power, Duscherlebnis, Selbstverteidigungspflege*. Копірайтери поєднують два позитивно оцінних компоненти для того, щоб підкреслити переваги свого продукту.

Використання оказіоналізмів у заголовках слугує одним із критеріїв відбору тексту для прочитання і є досить дієвим засобом привернення уваги реципієнтів, тому і посідає чільне місце серед стилістичних прийомів, що використовуються авторами.

Ступінь експресивності різних оказіоналізмів неоднаковий. На думку М. Навальної, «ті з них, що утворені за малопродуктивними моделями, мають слабше експресивне забарвлення. Значне порушення словотвірних норм, поєднання в одне ціле семантично або стилістично несумісних елементів, феномен мовної гри – усе це продукує оказіоналізми з яскравою експресією» [6, с. 126]. Оказіоналізми, які були

відібрані нами з різних газет, розкривають своє повне значення лише у відповідному контексті. Тому деякі приклади подані з мінімальним контекстом, до деяких поданий переклад. За цією ознакою (зрозумілості) проаналізовані нами приклади можна розподілити на три групи: 1. Оказіоналізми, які потребують мінімального контексту, оскільки лише він допомагає читачу розкрити семантичне значення оказіоналізму. 2. Другу групу утворюють лексеми, які несуть контекст в собі, тобто їх значення легко зрозуміти завдяки окремим частинам. 3. І третя група – вирази (композити), для яких контекст є бажаним, але не є необхідним.

Як відомо, існує три основні способи утворення оказіоналізмів у німецькій мові: за допомогою моделей власної системи словотворення, шляхом запозичення слів з інших мов, а також за рахунок розширення об'єму значень вже існуючих слів. Як правило, це креативний спосіб словотвору на основі вже існуючих одиниць, який проте містить в собі елемент непередбачуваності.

Ключовими способами утворення оказіоналізмів у німецькій мові (до речі так само як і в українській) є словоскладання та контамінація – субституативна деривація (заміна одного з компонентів слова). Для оказіоналізмів типовим є протиріччя – вони здаються в своїй структурі та значенні незвичними, хоча процес їх утворення відбувається за певними моделями та певними правилами. Проаналізовані нами приклади – це здебільшого поліморфемні складні слова з незвичною внутрішньою структурою, у деяких випадках навіть з внутрішньою флексією (Verführ-mich-Klamotten, Hatte-ich-schon-Liste, Immer-mache-ich-die-gleichenDummheiten). Головне слово в усіх цих випадках – іменник, який уточнюється визначальним словом (Verführ-mich, Hatte-ich-schon, Immer-mache-ich-die-gleichen). Андріене Лерер представила класифікацію оказіоналізмів у німецькій мові, які утворюються за допомогою словоскладання [12, с. 76], згідно з якою ми розподілили новоутворення на п'ять груп: 1. іменник + іменник (найбільш частотна група): *der Grenzzaun* – огорожа-кордон, *im Ballbesitz sein* – володіти м'ячем, *das Smartphonesorgan* – смартфон-орган, *Verlagslandschaft* – країна видавництва, *Zweistaatenlösung* – вирішення конфлікту між двома державами (без втручання третьої сторони), *die Geschlechterkennung* – розпізнання комп'ютером чоловічих та жіночих облич, *der Liebegoogler – особа, яка постійно шукає в інтернеті, як знайти своє кохання* [3], *der Tierkiller – мисливець* [4]; *Für 325000 Dollar pro Woche öffnet der amerikanische Millionär John Melk auf den Bahamas sein Top-Resort für* ***Geldtouristen*** [2].

Досить часто одним із компонентів є запозичені, інтернаціональні політичні терміни з суфіксом ***–ismus***: *der Altersrassismus* – суспільство, яке нетерпиме до людей старшого віку, *der Problempatriotismus – проблемний патріотизм: Führers Zeiten sind meist der gründlichen Sanierung zum Opfer gefallen. So muss man sich behelfen. Ein Anflug von* ***Problempatriotismus*** **[**4].

2. прикметник + іменник: *Blaukanzlerin* – блакитна канцлер (мова йде про одяг), *Kolonialabenteuer* – колоніальна пригода: ***Die Blaukanzlerin*** *ist Stammgast bei den Bayreuther Festspielen, sie trägt schon wieder Blau* [1].

3. дієслово + іменник: *Vorgehenspräsidentin* – діюча президент: Der *aber passte nicht zur Politik der Kirchners, erst Néstors, danach seiner Frau und heutigen Witwe, der gegenwärtigen* ***Vorgehenspräsidentin*** *Cristina* [3].

4. іменник + прикметник:*, schnelllebig* – швидкоплинний*, entscheidungsfreudig* – схильний до прийняття рішень, *sockensfrei* – вільний від шкарпеток: *Ohne Socken wird es morgen besser! Eieiei* – ***sockensfrei****, twitterte Hartig vor dem Finde am Mittwochabend im Letzigrung – Stadion verzichtete auf das Tagen von Strümpfen im EM – Endkampf* [3].

5. іменник + Partizip II: *fußballverrückt* – схибнутий на футболі, *angsterfüllt* – сповнений страху: *Allerdings hatte der Flughafenarzt dem* ***angsterfüllten*** *Fast-Passagier aufgrund dessen akuter Panikattacke mit Schweißausbrüchen und Gliederzittern vom Antritt der Reise abgeraten* [2].

Зустрічаються й інші групи словоутворень, які, проте, є небагаточисленними: *der Gesternkanzler – колишній канцлер* [1], *der Mobikiller – людина, у якої постійно ламаються мобільні телефони* [1]; *Treten aus Kunststoffverpackungen hormonähnliche Substanzen aus? Frederik Jötten geht auf Nummer sicher, schüttet gekauftes* ***Sicherloswasser*** *in den Abfluss und bestellt selbst im Restaurant Leitungswasser* [4] .

Досить продуктивним способом утворення оказіоналізмів виявилася девербалізація – найбільш відомий словотвірний спосіб серед вербальних новотворів. Мова при цьому йде про так зване онімечення або асиміляцію слів іноземного походження. Граматична обробка англіцизмів сприяє їх пристосуванню до німецьких очікувань та звичок. Граматична асиміляція дієслів виникає при їх утворенні за допомогою словотворчих морфем та флексій (наприклад, закінчення інфінітиву) німецької мови: **leas*en*, walk*en*, fix*en*, jux*en*, palaver*n*, shopp*en*, clubb*en*, relax*en***, an**power*n***, rein**mov*en*, surf*en*, jogg*en***. Додаткова асиміляція може виникати, якщо дієслова іноземного походження утворюються за аналогією до німецьких складних дієслів: **outsourcen, downloaden, updaten**. Синтаксично з ними часто поводяться як з дієсловами з відокремлюваним компонентом: **ich source out, er loadete down, wir haben upgedatet.**

У відібраних нами прикладах ми не змогли простежити словотворчої активності суфіксації: поодиноким прикладом виявився суфікс ***–ung***: *Der Kult ums Italienische hat dabei in den USA zum geflügelten Wort von der «****Cappuccinisierung****» Amerikas geführt* [1].

Оказіональне утворення також виникає в результаті заміни одного або декількох компонентів фонетичної структури слова. Іноді така зміна супроводжується метатезою приголосних звуків. Створені в такий спосіб оказіоналізми досить широко представлені в пресі: ***Machfolgeunternehmen, Glockalisierung*** (порівн. Globalisierung; Nachfolgeunternehmen – наступник компанії «Starhome Mach»): ***Glockalisierung*** *hält Ermenegildo Zegna für überlebenswichtig* [4].

У німецькій мові часто оказіональні одиниці творяться за допомогою англіцизмів. Поширені гібридні новоутвори – складні слова, одна частина яких запозичена з англійської мови, а інша – німецьке слово: *Politische Wiedergeburten sind in Deutschland eher selten. Doch jetzt tauchen viele altbekannte Namen wieder auf. Eine Übersicht über* ***die Comeback-Kinder*** *der Nation – und ihre Chancen in der Politik* [4]. *Dieses* ***Café-Hopping*** *muss der Gesundheit nicht unbedingt abträglich sein. Gesellschaft ist für sie das, was sich nach* ***Extrem-Shopping*** *am Büffet versammelt und an der Maispoularde lutscht* [4]. ***Hundekidnapping*** *mit abgeklebten Nummernschildern; Da haben wir uns entschlossen, ihn zu holen, sagt Malgorzata L. mit leiser Stimme* [2].

Ряд запозичень із англійської мови має форму герундія, внаслідок чого вони означають абстрактні поняття, якості, процес, властивості, предмет та отримують артикль середнього роду. Суфікс **–ing** використовується також для утворення віддієслівних іменників, що позначають назви або результат дій: *das Aprés-Clubbing* – проведення вільного часу після нічного клубу, *Fastdating* – організація швидких побачень, *das Blinddating – побачення всліпу*: *GPS-geleitetes* ***Blinddating*** *könnte aber eines Tages der Renner werden* [1]. *Mit «**Fastdating**» kann man viel Geld verdienen – zum Leidwesen der klassischen Partnervermittler* [2].

Англіцизми частіше використовуються як емоційно більш сильні слова, здатні повніше проявити міру вражень, почуттів. Інтенсивне використання англіцизмів породжує якісно нову лінгвістичну ситуацію у сучасній німецькій пресі, при якій використання одного англійського слова замінює цілу синтаксичну конструкцію.

Підсумовуючи вищезазначене, можна сказати, що оказіоналізми є цікавим явищем у кожній мові. Складнощі виникають спочатку з ідентифікацією денотату та з подальшою референцією в іншомовному оточенні, при чому важливими є такі фактори: мовна компетенція, базові лексикологічні знання, досвід, країнознавчі знання тощо. Також при перекладі таких стилістично маркованих слів можливі випадки, коли переклад буде стилістично нейтральним, або взагалі будуть відсутні еквіваленти. Незважаючи на це, оказіоналізми належать до явищ, що збагачують мову.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Брандес М.П.* Стилистика немецкого языка : учеб. [для ин-тов и фак-тов иност. яз.] / Маргарита Петровна Брандес. – [2-е изд., испр. и доп.] – М. : Высшая школа, 1990. – 320 с. 2. *Жукова Н.М.* Форма існування мови як засіб і результат відбиття своєрідної інтерпретації дійсності / Н. М. Жукова // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. – 2010. – №1. – С. 184-191. 3. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс./ В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с. 4. *Карпіловська Є.А.* Неузуальне словотворення: правила «гри без правил» / Є.А. Карпіловська // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – Серія Філологія. – 2005. – Т. 8. – № 1. – С. 106–117. 5. *Кудрявцева Л.О.* Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу : експресія, вплив, маніпуляція / Л.О. Кудрявцева, Л.П. Дядечко, О.М. Дорофєєва, І.О. Філатенко, Г.А. Черненко // Мовознавство. – К.: Київський університет, 2005. – № 1. – С. 58–66. 6. *Навальна М.І.* Динаміка лексикону української періодики початку XXI ст. : [монографія] / М.І. Навальна. – К. : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2011. – 326 с. 7. *Прохоров Ю.Е.* Действительность. Текст. Дискурс / Ю.Е. Прохоров. – М.: Наука, 2006. – 224 с. 8. *Селіванова О.О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с. 9. *Сучасна українська мова*: Підручник / О.Д. Пономарів, В.В. Різун, Л.Ю. Шевченко та ін.; За ред. О.Д. Пономарева. – 2-ге вид., перероб. – К.: Либідь, 2001. – 400 с. 10. *Bußmann H.* Lexikon der Sprachwissenschaft. / H. Bußmann // 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. – Stuttgart, 2002. – 390 S. 11. *Deutsche Wortbildung* : Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache; eine Bestandsaufnahme des Instituts für Deutsche Sprache, Forschungsstelle Innsbruck : Haupteil 4. Substantivkomposita : Komposita und kompositionsähnliche Strukturen / [hrsg. von Lorelies Ortner]. – Berlin : New York : de Gruyter, 1991. – 864 S. 12. *Sandig B.* Syntaktische Typologie der Schlagzeile : Möglichkeiten und Grenzen der Sprachökonomie im Zeitungsdeutsch / Barbara Sandig. – München, 1971. – 176 S.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. sueddeutsche.de: офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.sueddeutsche.de/ 2. www.heise: офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.heise.de/ 3. www.spiegel: офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.spiegel.de/ 4. www.welt.de: офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.welt.de/.

Павличко О.А., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЕ

Статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования новообразованной лексики в современной немецкой прессе, учитывая ее потенциал влияния на сознание реципиента. Рассматриваются продуктивные модели образования неологизмов и их лингво-прагматическая роль.

Ключевые слова: *неологизм, язык масс-медиа, эмотивное и экспрессивное значение, продуктивные способы образования окказионализмов.*

Pavlychko O., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

SPECIFICS OF NEOLOGISMS IN MODERN GERMAN PRINTED MEDIA

The article is devoted to the issue of the functional peculiarities of newly coined words in terms of their mind manipulation potential. The author describes productive models of neologisms formation and their lingua-pragmatic role.

Key words: *neologism, mass media discourse, emotive and expressive value, models of neologisms formation.*

УДК 811.512.161`373:39]:821.512.161-32

Пишньоха О.А., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СПЕЦИФІКА ЕТНОКУЛЬТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ В ОПОВІДАННІ «СТІНИ КАРАВАН-САРАЮ» Ф.Н. ЧАМЛИБЕЛЯ

Стаття присвячена питанню аналізу, інтерпретації та передачі етнокультурної лексики турецької мови українською мовою. Проведено культурологічний та семантичний аналіз етнокультурних компонентів «хан» та «караван-сарай».

Ключові слова: *етнокультурна лексика, хан, мовна картина світу, культурно-конотована лексика, національна свідомість.*

Наша доля – у словах,
що нами вимовляються
В.Ю. Троїцький

Кореляція мови та культури – це одна з актуальних проблем сучасної лінгвістики, дослідження якої має практичне значення для міжкультурної комунікації. Характер взаємодії мови і культури в культурній та мовній діяльності певного етносу у синхронії та в діахронії намагається бачити своїм завданням етнолінгвістика, яка досліджує взаємозв'язок явищ певної мови з фактами цієї ж культури, відбиття в лексичному складі мови історії цього народу, прикладів його матеріальної, художньої та духовної культури тощо.

У дослідженні акцентується увага на впливі історії на свідомість, мислення пересічних турків та віддзеркаленні такої взаємодії в турецькій мовній картині світу. Дослідження словникового багатства турецької мови дає нам об'єктивні знання, які відкривають шлях до пізнання базових цінностей культури турецького етносу, який розмовляє турецькою мовою. Детальний лінгвістичний аналіз етнокультурної лексики може стати основою компетентного та верифікованого вивчення різноманітних культурних моделей, а використання універсальної семантичної метамови надасть можливість презентувати результати такого дослідження так, що вони будуть зрозумілими навіть людям, які не належать до культури цього етносу та не володіють його мовою. Таким чином, необхідність правильного сприйняття, розуміння і передачі засобами української мови етнокультурної лексики турецької мови становлять **актуальність** даного дослідження.

Метою дослідження є виокремлення етнокультурних слів, які часто зустрічаються у творах провідних турецьких письменників, зокрема в оповіданні Ф.Н. Чамлибеля «Стіни караван-сараю», а також, аналіз їхнього функціонування та характеристика історичних значень таких слів.

Об'єктом дослідження є етнокультурна лексика в контексті поетичного твору XX століття, **матеріалом дослідження** є епохальний твір відомого турецького поета, який належав до представників гуртка «П'ять поетів-хеджистів» Ф.Н. Чамлибеля «Стіни караван-сараю» (тур. *Han Duvarları*).

Мова є ознакою етноспільноти, запорукою її єдності, фактором, який об'єднує етнос, що може бути розділений у фізичному просторі, або розмежований соціальними, політичними та релігійними чинниками. Дослідження культурної та історично зумовленої специфіки певного народу, яка відображається в національно-мовній картині світу, давно стало одним із актуальних напрямків розвитку сучасної лінгвістики. Дослідження шляхів взаємопроникнення та взаємодії мови та культури набувають все більшої динаміки, а картина світу розглядається крізь призму концептуальної (спільна для всіх носіїв мов) та мовної (виражається у значеннях слів, притаманних певній мові) провідними вченими по всьому світу, праці яких стали основоположними для багатьох поколінь дослідників: Т.В. Булигіна, В.Б. Касевич, Є.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Р.В. Ленекер, М. Мінській, З.Д. Попова, Й.А. Стернін, Ч. Філлмор, О.Д. Шмельов, та ін. Лінгвістичний аналіз тексту має безпосереднє відношення до лінгвістики

тексту і привертав увагу дослідників, починаючи з прадавніх часів (дослідники Стародавнього Сходу, Стародавньої Греції та Риму, староіндійські вчені, які детально вивчали лінгвістику й поетику) і до сьогодення (В. Виноградов, Г. Винокур, К. Костяківський, Є. Курилович, Ю. Лотман, В. Одинцов, Л. Щерба). Серед основоположних праць, на основі яких побудована велика кількість сучасних досліджень, варто зазначити роботу В. Виноградова «О языке художественной литературы» (1959), Г. Винокура «О языке художественной литературы» (1991), Є. Куриловича «Поэтический язык с лингвистической точки зрения» (у книзі «Очерки по лингвистике», 1962), Ю. Лотмана «Анализ поэтического текста» (1972), Л. Щерби «Опыт лингвистического толкования стихов» (у кн. «Избранные работы по русскому языку»,1957) тощо.

Сьогодні ж увага багатьох сучасних українських і турецьких вчених прикута до вивчення лексики, яка має в собі культурний компонент. Українська тюркологія активно збагачується вагомими, з точки зору дослідження та розуміння турецького менталітету і культури через призму мови, працями доцента кафедри тюркології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка І.Л. Покровської, роботи якої присвячені мовній картині світу турецького народу, концептології турецької мови тощо. Інше дослідження, яке зробило вагомий внесок у сферу лінгвокультурологічних досліджень, належить асистенту кафедри тюркології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка Корнієць К.А., яка є дослідником тюркської міфологічної лексики та її зв'язку з мовною картиною світу.

Крім того, слід згадати представників Київського національного лінгвістичного університету С.В. Сорокіна та В.В. Пілик, які у деяких своїх дослідженнях також звертають увагу на турецьку та українську картини світу.

Попри зростаючу кількість лінгвокультурних досліджень у галузі української тюркології, проблема якісного перекладу етнокультурної лексики залишається відкритою.

У нашому досліджені ми сконцентруємо увагу на прикладі турецької реалії *Han* в контексті правильного перекладу віршованого оповідання *«Han duvarları»* Ф.Н. Чамлибеля студентами-тюркологами. Через спільне у певні періоди історичне минуле, українською мовою було запозичено лексему *han (*укр. *хан)* у значенні титулу правителя (напр. *кримський хан* тощо). Таким чином, це слово спантеличує перекладачів, і часто *Han duvarları* перекладають як «Ханські стіни» (деякі тюркологи схиляються до думки, що це слово можна віднести до так званого словника «хибних друзів перекладача»).

За давніх часів тюрки використовували слово *хан* для позначення правлячих осіб, а особливо поширеним цей титул був за часів Османської імперії (синонімом до нього є персидське слово шах *şah).* Крім того, можна дійти висновку, що прадавні тюрки застосовували слово *хан* до речей, які здавалися їм великими, приклади цьому ми можемо побачити в іменах, які вони використовували: *Orhan*, *Denizhan*, *Dağhan*, *Kamhan*, *Gökhan [15]*. Вперше слово *хан* на своїх грошах використали караханіди. У сельджуків та хорезмшахів слово *хан* було найвищим титулом високих звань. У монголів приклади використання цього слова ми бачимо у Чінгіз Хана (*Cengiz Han*)

та у халіфів, а також у назвах старих міст бозкуртів (*Hanbalık ve Purshan* тощо). Також цей титул використовувався до правителів та людей, які займали найвищі посади в невеличких тюркських державах Середньої Азії (*Hive Hanlığı, Buhara Hanlığı*), а також до правителя, візира та найвищих чинів Делійського султанату (*Delhi Türk İmparatorluğu*). Османські падишахи, починаючи з султана Мехмеда Челєбі і до самого занепаду імперії, використовували слово *хан* поряд із іншими правлячими колами. У османців цей титул також надавався кримським ханам [15].

Проте, слово *han* в турецькій мові має ще одне значення, яке відоме не всім українським дослідникам і значення якого розкриває зовсім нові рівні семантики тексту.

Згідно з даними Турецького етимологічного словника слово *han* походить з перської мови (*χān* خان) і означає *ночівля, стоянка, великий будинок, караван-сарай*.

Більше того, у давньогрецькій мові зустрічається слово *ōmos,* у вірменській *hum*, у мові санскрит є слово *áma* आम, які мають таке саме значення, як і персидське *han* (*χān* خان), виходячи з чого можна сказати про їхнє спільне походження [11].

Є відомості про те, що слово *han* походить від персидського слова *hane (*персидською мовою *χāne* خانه – дім, великий будинок, жиле приміщення, місце), але з часом зазнало певних змін і втратило останню літеру в кінці слова, трансформувавшись з *hane* у *han* (значення те ж саме) [12].

Таким чином, слово ***хан*** у турецькій мові має такі значення:

1) титул, який зазначався в кінці імен османських падишахів. У східних країнах він застосовувався до місцевої знаті, а у Кримському ханстві до гераїв;

2) архітектурна споруда, яка зводилася уздовж торгівельних шляхів із метою прихистку подорожніх, тобто це різновид караван-сараю, який зазвичай менший за розміром. Караван-сараї та *хан*и зводилася на відстані у приблизно 40 км, тобто вони були один від одного на такій відстані, яку у стародавні часи за день міг пройти караван верблюдів. *Хан* розміщував у собі людей, а також були спеціальні приміщення для тварин. Будували *хан* з міцних матеріалів (камінь, цегла тощо) так, щоб вони могли витримати облогу, і таким чином у *хан*і переховувалися люди під час різноманітних нападів [13]: *Bir* ***handa****, yorgun argın, tatlı bir uykudaydık. –У* ***караван-сараї*** *смертельно втомлені, ми віддались солодкому сну* (Ф.Н. Чамлибель «Стіни караван-сараю) [16].

3) Кількаповерхова споруда у великих містах, в якій винаймали кімнату або квартиру і працювали особи вільних професій: *Ömer Abit* ***hanında*** *bir yazıhane kiralanmış.– Омер Абіт винайняв у* ***хані*** *кабінет* [11].

Крім того, слово *хан* часто використовується в сучасній турецькій мові, зокрема ми зустрічаємо його у романі О. Памука: *Vurulan eğitim enstitüsü müdürünün hala can çekişmekte olduğu gözünün önünde canlanıyor, bir pişmanlık ve suçluluk duyuyor, sabah konuştuğu emniyet müdür yardımcısına, İstanbula, Cumhuriyet gazetesine, herhangi bir tanıdığa telefon etmek geliyordu içinden, amaçayhaneler* ve *berber dükkanları ile kaynaşan* ***handa*** *telefon edilebilecek herhangi bir köşe bulamıyordu*[14]. *– Він ожвавів перед директором педагогічного інституту, чиє око він травмував і яке досі від цього агонізувало, відчував розкаяння та провину, хотів від душі зателефонувати помічнику начальника управління з безпеки, з яким він розмовляв вранці, в Стамбул, в газету*

«Республіка», будь-якому знайомому, але не міг знайти у ***будівлі****, яка поєднала в собі чайхану і перукарню, жодного куточку звідки, можна було б подзвонити*.

Приклади використання слова *хан* є також у сучасних турецьких піснях, зокрема у відомої турецької співачки Сертаб Еренер: *Ne sarayda ne* ***handa****, Bir zalim ocağında Sevdat ağlıyor. – Не у палаці, не в* ***постоялому дворі****, а у цього тирана ридає моє кохання* [10].

І.Л. Покровська у своїй статті «Метафоричність сакральних концептів у турецьких народних загадках» наводить цікавий приклад і зазначає, що «Пронизаний релігійним змістом спосіб життя турків, знайшов своє вербальне відображення у їхній мові... Зокрема, без лінгвокультурологічних коментарів надзвичайно складно зрозуміти таку загадку: *Hoca çıkar* ***han****dan, Sarığı kandan, Her sabah ezan verir, Bilmez kıble ne yandan (Horoz)*. Виходить Вчитель зі свого **обійстя**, На ньому *тюрбан* налитий кров'ю, Кожного ранку кличе на *езан*, Проте не знає він, де *кибла* (Півень)[5].

І.Л. Покровська зазначає, що пронизану сакральними коранічними образами загадку важко зрозуміти непосвяченому у реалії турецького народу слухачу. Надалі дослідниця вносить пояснення, що «півень – це *Hoca* (укр. Вчитель) у значенні *імам* (головна особа в мечеті, яка закликає до молитви все правовірне населення), на голові у нього *тюрбан* – традиційний мусульманський головний убір; вранішній спів півня прирівнюється до *езану* – заклику до молитви-намазу, … *кибла* – це бік, у який звертаються обличчям під час молитви – напрямок *Кааби»* [5].

У зазначеному І.Л. Покровською прикладі також фігурує слово *хан*, яке дослідниця перекладає словом «обійстя», що дуже органічно передає загальну картину загадки та є зрозумілим українському читачу.

З наведених вище прикладів ми можемо зазначити, що слово *хан* у турецькій мові досить часто використовується у значенні 1) титул в кінці імен османських падишахів, місцевої знаті у країнах Сходу та гераїв у Кримському ханстві; 2) ночівля, стоянка, великий будинок, житлове приміщення, постоялий двір, караван-сарай, місце де могли переночувати подорожні, прихисток для тих, хто йшов з чужини; 4) щось велике, або величне; 4) діловий дім (де розміщуються різноманітні заклади, контори адвокатів тощо). Крім того, у сучасній турецькій мові активно використовуються словосполучення зі словом *хан*: *iş hanı* 'діловий центр', 'офісна будівля', 'адміністративна будівля'; *han gibi* 'просторий', 'широкий'; *han hamam sahibi* 'багатій', 'заможна людина' тощо.

Тепер, коли з'ясовані варіанти перекладу лексеми *хан*, необхідно прояснити варіанти перекладу лексеми *караван-сарай* та різницю між ними.

Караван-сарай (перс. كاروان‌سرا – *kārvānsarā,* від перс. кар(е)ван + перс. серай «палац») – заїжджий двір, який будувався для караванів уздовж торгових шляхів, а також у містах Переднього Сходу, Центральної Азії тощо. Перші караван-сараї були побудовані у II – I-му тисячоліттях до нашої ери та особливого поширення набули у IX –XV століттях, деякі з них функціонували до XIX – початку XX століть. Але сам термін «караван-сарай» з'являється не пізніше X століття. До сьогоднішнього дня слово *караван-сарай* було запозичене великою кількістю сучасних мов. В українську мову слово явно запозичене з турецької мови (тур. *Kervansaray*) [17].

Будівництво перших *караван-сараїв – рібатів* (тур. *Ribat*) пов'язують із караханідами, які будували подібні споруди з метою укріплення своїх позицій, створення укріпленого форту підчас війни тощо. Поява самого терміна *караван-сарай* пов'язується з турками-сельджуками, які активно забудовують караван-сараями основні торгівельні шляхи. У XIII столітті сельджуцькі султани побудували у Анатолії першу справжню мережу караван-сараїв. Відстань між караван-сараями зазвичай коливалася у 30–40 кілометрів, що в цілому відповідало денному переходу каравану. На перетині важливих шляхів і у великих містах караван-сараї являли справжню подобу сучасних готелів з наданням додаткового сервісу (харчування, бані, пункти обміну і торгівлі тощо). Караван-сараї швидко втратили своє значення з поширенням залізниці [17].

Bir deva bulmak için bağrındaki yaraya
Toplanmıştı garipler şimdi ***kervansaraya****[16].*
Щоб для рани на серці знайти рятівний нектар,
Зібралися чужинці в ***караван-сарай****.*

(переклад О.А. Пишньоха)

За даними турецьких джерел, якщо *хан* будувався у зручному місці між двома містами, між якими відстань була великою, він називався *караван-сараєм*. Через те, що він знаходився за межами міста, у *караван-сараї* знаходилися великі запаси води, запаси корму для тварин, їстівні припаси для мандрівників та своєрідні кафе і навіть лікарні [18].

Таким чином, *караван-сарай* – це комплекс, який знаходився за межами міста, зводився з певним інтервалом на торгівельних шляхах та включав у себе ряд послуг та припасів, необхідних мандрівникам. Цей комплекс сягав великого розміру, якій залежав від кількості караванів і товарообігу траси, на якій знаходився караван-сарай.

Хан в даному контексті – це споруда менша за розміром, яка зустрічалася у будь-яких «прохідних» місцях, тоді як караван-сарай будували переважно у прибуткових секторах (великі торгівельні шляхи тощо). Відомо, що у деяких *караван-сараях* перші три дні проживання та харчування були безкоштовними, у той же час, у *хані* платними були всі дні проживання [19].

Yağız atlar kişnedi, meşin kırbaç şakladı,
Bir dakika araba yerinde durakladı.
Neden sonra sarsıldı altımda demir yaylar,
Gözlerimin önünden geçti ***kervansaraylar****...[16]*

Воронні коні іржали, шкіряний хлист здійснив віраж,
На хвилинку призупинився наш екіпаж.
Чому ж тоді смикнулися піді мною залізні ресори,
Караван-сараї *пройшли переді мною резонно ...*

(переклад О.А. Пишньоха)

Таким чином, ми можемо дійти висновку, що виокремлення таких етнокультурних слів, як *хан* та *караван-сарай*, які часто зустрічаються в оповіданні Ф.Н. Чамлибеля «Стіни караван-сараю», а також аналіз їхнього функціонування та характеристика історичних значень відкривають шлях до вивчення та розуміння впливу історичного минулого на свідомість турецького етносу, яка відображається у мові.

Перспективи подальших досліджень із цієї проблематики передбачають аналіз іншої етнокультурної лексики турецької мови в канві творчого доробку Ф.Н. Чамлибеля, яка демонструє нерозривний взаємозв'язок між мовою та культурною спадщиною народу.

СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Апресян Ю.Д.* Образ человека по данням языка. – В кн.: Апресян Ю.Д. Избранные труды, т. 2. М., 1995. 348-388 с. 2. *Воркачев С.Г.* Лингвокультурный концепт: типология и области бытования. – М.: Гнозис, 2006. –400 с. 3. *Голубовська І.О.* Етнічні особливості мовних картин світу. – Київ-Логос, 2004.– 284 с. 4. *Гумбольдт Ф.В.* Язык и философия культуры / Вильгельм фон Гумбольдт. –Москва, 1985. –4511с. 5.*Покровська І.Л.* Метафоричність сакральних концептів у турецьких народних загадках [Електронний ресурс] / І. Покровська // Лінгвістичні студії. – 2013. – Вип. 26. – С. 189-193. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2013_26_40. 6. *Покровська І.Л.*, Національно-культурна специфіка лексичної системи сучасної турецької мови. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/user/Downloads/Skhodoz_2008_43_12.pdf. 7. *Сорокін С.В.* Турецький аорист та еквівалентні засоби української мови: функціонально-типологічний аспект // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія». – 2005. – Т. 8. – №2. – С. 283–292. *8. Сорокін С.В., Пілик В.В.* Граматикалізований фрейм «причина» в українській і турецькій мовних картинах світу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjXku-TjdfPAhVGBSwKHW96BbcQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fpritsak-center.com%2Fbook%2FIssue_2-3%2F9_Sorokin-Pilyk.doc&usg=AFQjCNG9Kf4GrVpcoZtejajZYYHCrsDM_w&sig2=MprDgTV_hadFuqYIw_az9w&bvm=bv.135475266,d.bGg. 9. *Степанов Ю.С.* Концепт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://philologos.narod.ru/concept/stepanov-concept. htm. 10. *Erener Sertab. Sevdam* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sarki.alternatifim.com/data.asp?ID=5277&sarki=Sevdam%20A%F0l%FDyor&sarkici=Sertab%20Erener). 11. *Etimoloji Türkçe. Han* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.etimolojiturkce.com/kelime/hane 12. *Etimoloji Türkçe. Hane* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.etimolojiturkce.com/kelime/hane. 13. *Nedir NeDemek. NND Sözlük*. [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.nedirnedemek.com. 14. *Pamuk Orhan.* Kar [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://vk.com/doc153358849_437327654?hash=d15561650a7bf2dfed&dl=b6d961d404159e4ec9. 15. *Türkçebilgi.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: *http://www.turkcebilgi.com/han*. 16. *Çamlıbel F.N. Han Duvarları* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://siir.gen.tr/siir/f/faruk_nafiz_camlibel/han_duvarlari.htm. 17. *wikipedia* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Караван-сарай. 18. *wikipedia* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tr.wikipedia.org/wiki/Han_(konaklama). 19. *Ztr. Serenti*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.serenti.org/kervansaray-ve-hanlar/.

Пышнёха О.А., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СПЕЦИФИКА ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ В ПОВЕСТВОВАНИИ Ф.Н. ЧАМЛЫБЕЛЯ «СТЕНЫ КАРАВАН-САРАЯ»

Статья посвящена вопросу анализа, интерпретации и передачи этнокультурной лексики турецкого языка на украинский язык. Проведен культурологический и семантический анализ этнокультурных компонентов хан и караван-сарай.

***Ключевые слова**: этнокультурная лексика, языковая картина мира, культурно-коннотированная лексика, национальное сознание.*

Pyshnokha O.A.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

SPECIFICS OF ETHNO-CULTURAL COMPONENTS IN THE NARRATIVE OF F.N. CHAMLYBEL THE WALS OF KARAVANSERAI

This article is devoted to the issue of the interpretation and transmission of ethnocultural words and translation into Ukrainian language. There cultural and semantic analysis of ethnocultural components han and karavanserai is made.

***Keywords:** ethnocultural words, language picture of the world, culturally connotated vocabulary, national mentality.*

УДК 811.161.2’42

Полич Є.В., магістр
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІНГВІСТИЧНА ЕКСПЕРТИЗА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЮРИСЛІНГВІСТИКИ

У статті досліджується статус лінгвістичної експертизи в контексті розвитку юрислінгвістики. Були проаналізовані експертні завдання, що ставляться перед експертом-лінгвістом при проведенні судово-лінгвістичної експертизи. Окреслено методологію проведення лінгвістичної експертизи та накреслено перспективи лінгвістичної експертології в Україні.

***Ключові слова**: юрислінгвістика, лінгвістична експертиза, неогалузь лінгвістики, експертні завдання, лінгвістичний аналіз тексту.*

Юрислінгвістика – відносно молода лінгвістична наука, яка наразі знаходиться в активному розвитку; це «синкретична наука, що розвинулася як спеціалізований напрямок стилістики, зосереджений на лінгвістичній інтерпретації юридичного тексту, мовної одиниці, типового для законодавчої, дипломатичної та ділової сфери документа, писемного чи усного офіційного висловлювання» [12, с. 6]. Ми ж розглядаємо юрислінгвістику ще і з погляду мовознавчої оцінки, де основним жанром для розгляду

будь-яких юридичних неточностей виступає лінгвістична експертиза. Оскільки «формування ринкових відносин, розвиток культури інтелектуальної власності, зміни етикету спілкування збільшили кількість ситуацій, у яких лінгвіст може виступати експертом» [10, с. 220], отже мовні дослідження змінюються міждисциплінарними дослідженнями. Об'єктом вивчення юрислінгвістики є взаємозумовленість мови та права; мови та юриспруденції; мови та міжнародних відносин тощо.

Основними аспектами аналізу в юрислінгвістиці є природа і функції спеціальної юридичної мови, юридичне врегулювання конфліктів, лінгвістична експертиза юридичних документів, юридичний переклад, створення рекомендацій по написанню нормативно-правових актів тощо.

Мета статті – дослідити статус лінгвістичної експертизи в контексті розвитку юрислінгвістики, а також проаналізувати структуру експертизи у цивільному судочинстві судів загальної юрисдикції за позовом про захист честі, гідності та ділової репутації.

У законодавчому плані «судова експертиза – це дослідження експертом на основі спеціальних знань матеріальних об'єктів, явищ і процесів, які містять інформацію про обставини справи, що перебуває у провадженні органів досудового розслідування чи суду» [7]. При цьому необхідно виявити прогалини у лінгвістичному знанні, які слід заповнити, щоб своєчасно реагувати на суспільні запити. Нами були виявлені такі наукові прогалини: 1) недостатня кількість теоретичних праць, присвячених українській юрислінгвістиці та лінгвістичній експертизі зокрема; 2) обмежена кількість робіт з практичною складовою (аналіз конкретних лінгвістичних експертиз). Ми вважаємо, що є і суто прикладні причини, чому сфера лінгвістичної експертології наразі є недостатньо вивченою: 1) оскільки юрислінгвістика є неогалуззю, українські мовознавці порівняно нещодавно почали звертати увагу на взаємозумовленість мови та права (зауважимо, що в європейській практиці ця галузь досліджується дуже активно); 2) конфіденційний статус лінгвістичної експертизи, що ускладнює створення бази, а отже і систематизацію лінгвістичних експертиз. Окремою проблемою в науці є саме розмежування понять «експертиза» – «лінгвістична експертиза» – «діяльність експерта-лінвгіста». Ці питання сьогодні активно розробляються українськими експертними групами, зокрема, членами Бюро лінгвістичної експертизи при Міжнародній торговій палаті (Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, Д.В. Дергач), Українського бюро лінгвістичних експертиз НАН України (Б.М. Ажнюк, Л.В. Ажнюк, Л.Л. Белей та ін.).

В українському мовознавстві юрислінгвістику та лінгвістичну експертологію досліджували Ю.Ф. Прадід, Л.І. Шевченко, Б.М. Ажнюк, Д.Ю. Сизонов, Г.А. Черненко та інші. Оскільки сфера юрислінгвістики в українському науковому полі знаходиться у стані розвитку, наразі немає єдиного підходу до розуміння природи лінгвістичної експертизи та єдиної класифікації. У працях українських мовознавців «неодноразово порушується питання про необхідність вироблення загальних принципів лінгвістичної експертизи текстів, утягнутих у сферу правового регулювання» [2, с. 49]. Тому є актуальним дослідити лінгвістичну експертологію як неогалузь лінгвістики та неометод опрацювання текстів (юридичних документів).

Як зазначає Г.А. Черненко, термін «*лінгвістична експертиза*» сьогодні вживається у вузькому й широкому значенні. Вузьке – обмежує застосування лінгвістичної експертизи сферою права. У широкому значенні цей термін може позначати мовознавчий аналіз тексту, результати якого оформлені у вигляді консультативного висновку й затребувані будь-де за межами лінгвістики [10, с. 220].

Відповідно до українського законодавства, у процесуальному аспекті експертиза призначається уповноваженою особою (органом) для вирішення питань, що потребують спеціальних знань. Таким чином, експертиза призначається, коли доказову інформацію неможливо отримати іншими способами. З метою надати експертну оцінку дослідженому тексту з різних параметрів, експерти-філологи повинні мати необхідну кваліфікацію.

М.О. Богословська виділяє наступні лінгвістичні експертизи, залежно від поставлених завдань [3, с. 156]:

– *семантичні*, головним завданням яких є пояснення об'єктивного змісту тексту. Ці експертизи використовують у справах про захист честі, гідності та ділової репутації, про наклеп, екстремізм, щодо виявлення ознак загрози, щодо виявлення незаконного запозичення текстових матеріалів тощо;

– *авторознавчі*, головним завданням яких є встановлення автора тексту чи рис соціально-демографічного портрета автора тексту, а також стану автора на момент створення тексту;

– *термінологічні дослідження*, тобто аналіз назв, торгових марок, іменних прізвищ тощо як результатів людської діяльності, тобто аналіз понять, термінів, найменувань тощо як засіб позначення об'єктів діяльності людини.

Ми цілком погоджуємося з цією класифікацією за критерієм структурно-функціонального аналізу експертиз, наголосивши, що існують й інші класифікації, зокрема представлені Л.І. Шевченко та Д.Ю. Сизоновим [8].

Об'єктом нашого дослідження є семантична експертиза за позовом про захист честі, гідності та ділової репутації.

Серед *цілей лінгвістичної експертизи,* залежно від виду експертизи, виділяють пояснення значення та походження слів, тлумачення тексту чи його частин, граматична та стилістична характеристика тексту, характеристика за емоційним забарвленням, виявлення повної чи часткової схожості реклами, рекламних слоганів, торгових знаків тощо. Цим, власне, доводиться теза про стилістичне тлумачення експертизи як жанру та пояснюється думка про стилістичне спрямування аналізу лінгвоекспертизи сучасними лінгвостилістами.

Об'єктом експертизи виступають, як правило, прямі (первинні) джерела інформації (друковані, рукописні, відео- і аудіоджерела, в яких зафіксовано спірний текст) та непрямі (вторинні) джерела інформації (показання свідків, матеріали допитів підозрюваних і потерпілих, протоколи засідань суду).

До послуг лінгвістів-експертів звертаються у кримінальних справах (справи про наклеп, образу, розпалювання ворожнечі та ненависті, приниження гідності за расовими, релігійними, націоналістичним ознаками), цивільних справах (позови про захист честі, гідності та ділової репутації, також сюди відносять захист авторських,

патентних, винахідницьких прав тощо), адміністративних правопорушення (пропаганда наркотичних засобів і психотропних речовин) тощо.

Необхідно зауважити, що закордонний досвід систематизації сфери лінгвістичної експертизи може бути лише частково запозичений вітчизняним процесуальним законодавством, оскільки необхідно враховувати особливості національного та іноземного законодавств.

Адаптуючи закордонний (передусім, польський, російський, прибалтійський та ін.) досвід проведення лінгвістичних експертиз на предмет образи, захисту честі, гідності та ділової репутації, до компетенції юрислінгвіста під час аналізу об'єкта експертизи входить [4, с. 234-241]:

1. Встановлення віднесеності спірного висловлювання / тексту до конкретної особи.

2. Встановлення відсутності / наявності мовного акту образи.

3. Встановлення форми передачі інформації – пристойна / непристойна.

4. Зміст конкретного спірного висловлювання або конкретної спірної одиниці висловлювання (тексту).

5. Наявність / відсутність негативної інформації про конкретну особу.

6. Відношення негативної інформації до конкретної особи.

7. Спосіб вираження інформації як оціночного судження / твердження про факти.

До компетенції лінгвіста *не входить*:

1. Юридична кваліфікація матеріалу.

2. Визначення можливого психологічного стану особи, яка була ображена (інвектума).

3. Юридична кваліфікація мовної поведінки.

Лінгвіст не може встановити:

– Чи ображають спірні відомості честь конкретної особи,

– Чи принижують спірні відомості гідність конкретної особи;

– Чи наносять спірні відомості шкоду діловій репутації особи;

4. Юридична і морально-етична кваліфікація.

Лінгвіст не може встановити:

– Чи міститься в тексті інформація про порушення особою законодавства;

– Чи міститься в тексті інформація про порушення особою певних морально-етичних норм і принципів.

5. Гносеологічні характеристики спірних висловлювань.

Лінгвіст *не може встановити:*

– Чи можна перевірити конкретне спірне висловлювання на предмет його відповідності дійсності.

Кожного разу під час подання запиту на лінгвістичну експертизу перед лінгвістами ставляться нові завдання. З юридичної практики сторона провадження може надати експерту перелік питань, щодо яких він має надати висновки, не висловлюючи власну думку поза межами цих питань. Проте систематизувавши висновки лінгвістичних експертиз та відповідно завдань експертизи, можна виокремити єдині методи аналізу, підходи до експертизи тощо.

На основі проаналізованої нами лінгвістичної експертизи № 056/116 Державного підприємства «Українське бюро лінгвістичних експертиз Національної академії наук України» від 18 березня 2016 року у цивільному судочинстві судів загальної юрисдикції за позовом про захист честі, гідності та ділової репутації ми визначили, що завданнями судової лінгвістичної експертизи є розмежування оціночних тверджень і висловлювань, які не можуть бути перевірені на предмет відповідності дійсності, будучи приватною думкою особи, яка висловлюється (семантична експертиза). Об`єктом дослідження став відеофрагмент програми «Шустер LIVE» від 15.05.2015 року, текстове відтворення (стенограма) епізоду програми «Шустер LIVE» (прямі джерела інформації).

Експертиза чітко структурована. Вона складається з висновку експертного дослідження, вступної частини, дослідної частини, заключної частини та трьох додатків. У висновку зазначена підстава для проведення експертного дослідження, а також конфіденційність результатів проведення лінгвістичної експертизи. Лінгвістична експертиза, яка є юридичним документом офіційно-ділового стилю, засвідчена підписом директора Українського бюро лінгвістичних експертиз НАН України, доктора філологічних наук, професора Б.М. Ажнюка та печаткою. У додатках до документа є свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи Державне підприємство «Українське бюро лінгвістичних експертиз НАН України», постанова про створення Державного підприємства «Українське бюро лінгвістичних експертиз НАН України» та стенограма програми «Шустер LIVE» від 15.05.2015 року.

Отже, практика лінгвістичної експертизи надає теоретичний матеріал для опису та аналізу не лише в мовознавстві, але й в юриспруденції. Юрислінгвістика як неонапрям потребує детальної систематизації, залучення іноземного досвіду для визначення її статусу. Юрислінгвістика у спектрі соціальних наук належить до особливого типу наукового пізнання соціуму, де предметністю цієї науки є система, структура та функції правових суспільних відносин у їх мовній об'єктивації (тексти писемні / усні) й лінгвістичному аналізі (це стосується, передусім, лінгвістичної експертизи).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ажнюк. Б.М.* Мовна ситуація в сучасній Україні наприкінці XX ст. Інновації в системі мови та тенденції її розвитку. Українська мова в Новому Світі // Історія української культури. – Т. 5. – Кн. 1. – Наукова думка, 2011. – с. 286–301. 2. *Ажнюк Л. В.* Лінгвістична експертиза: статус і методологічні презумпції // Мовознавство, 2012. – № 3. – С. 47-64. 3. *Богословська М. О.* Деякі аспекти судово-лінгвістичної експертизи // Вісник Академії адвокатури України 152 № 2009. – С. 152–158. 4. *Бринев, К.И.* Судебная лингвистическая экспертиза по делам об оскорблении. Оскорбление в метасознании лингвиста [режим доступу: http://pusic.ucoz.ru] 5. *Бринев, К.И.* Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза : монография / К.И. Бринев ; под редакцией Н.Д. Голева. – Барнаул : АлтГПА, 2009. – 252 с. 6. *Голев Н.Д.* Значение лингвистической экспертизы для юриспруденции и лингвистики / Н. Д. Голев, О.Н. Матвеева // Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. – М., 2002. – С. 257–266. 7. Закон України «Про судову експертизу» 1994 р. [режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4038-12] 8. Лінгвістична експертиза: програма і методичні рекомендації факультативу для магістрів спеціальності

«Українська мова та література, іноземна мова» / Уклад. : Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов / За ред. д. філол. н., проф. Шевченко Л. І. – К. : Логос, 2014. – 64 с. 9. Положення Міністерства юстиції України «Про експертно-кваліфікаційні комісії та атестацію судових експертів» [режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0249-15/paran7#n7] 10. *Черненко Г.* Сфери застосування лінгвістичної експертизи / Г. Черненко // Studia linguistica. – 2012. – Вип. 6(1). – С. 220-223 11. *Чернышова Т.В*. Юрислингвистическая экспертиза газетно-публицистических текстов с неявной коммуникативной функцией высказывания / Т.В. Чернышова // Юрислингвистика-3 : Проблемы юрислингвистической экспертизы : Межвузовский сборник научных трудов / Под ред. Н.Д. Голева. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2002. – С. 42-55 12. *Юрислінгвістика* : Словник термінів і понять / / укладачі: Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов, І.В. Шматко / За ред. проф. Л.І. Шевченко. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2015. – 348 с.

Полыч Е.В., магистр,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЮРИСЛИНГВИСТИКИ

В статье исследован статус лингвистической экспертизы в контексте развития юрислингвистики. Были проанализированы экспертные задачи, которые ставятся перед экспертом-юрислингвистом при проведении судебно-лингвистической экспертизы. Определена методология проведения лингвистической экспертизы и намечены перспективы лингвистической экспертологии в Украине.

Ключевые слова*: юрислингвистика, лингвистическая экспертиза, неоотрасль лингвистики, экспертные задачи, лингвистический анализ текста.*

Polych Y., master
Taras Shevchenko National University of Kyiv

LINGUISTIC EXPERTISE IN THE CONTEXT OF THE LEGAL LINGUISTICS

In the article the status of linguistic expertise in the context of legal linguistics development was investigated. Expert tasks were analyzed, i.e tasks that are raised before legal linguist during linguistic expertise. The methodology of linguistic expertise was determined and the prospects of linguistic expertology in Ukraine was outlined.

Keywords*: legal linguistics, linguistic expertise, linguistic neobranch, expert tasks, linguistic analysis of the text.*

УДК 001.4:292.11:81’253

Попович Н.М., к. філол. н., доц.
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород

ДАВНЬОГРЕЦЬКА БОГОСЛОВСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ IV СТОЛІТТЯ ТА ЇЇ ПЕРЕКЛАД

У статті проаналізовано підґрунтя запровадження концептуально-трансцендентної еквівалентності як додаткового критерію оцінки якості перекладів текстів релігійного стилю. Доцільність запровадження цього критерію базується на результатах сучасних різномовних перекладів давньогрецької богословської термінології IV століття. На прикладі жанрограми богословського стилю показано диференціацію різновидів патристичної літератури IV- V століть.

Ключові слова: *релігійний стиль, давньогрецька богословська термінологія, концептуально-трансцендентна еквівалентність, золотий вік патристики.*

У цій статті окреслено особливості перекладу текстів релігійного стилю і запропоновано шляхи вирішення досягнення еквівалентності у перекладі давньогрецьких текстів релігійного стилю сучасними мовами на прикладі перекладів давньогрецької тринітарної термінології святоотцівської літературної спадщини середини IV століття.

Українську релігійну термінологію у різних аспектах досліджували Г. В. Баран, С. В. Бібла, С. Богдан, О. І. Білецький, С. М. Білик, Т. П. Вільчинська, Л. Вороновська, С. Гарбуз, І. В. Грималовський, Я. Джоґаник, Г. Дидик-Меуш, У. Добосевич, Є. Г. Жерновей, В. Б. Задорожний, Л. А. Закреницька, О. Іващенко, З. Каспришин, М. Кольбух, З. Куньч, Г. Т. Кузь, О. Ю. Курганова, І. Лопушинський, Т. Маркотенко, О. Матушек, Г. В. Наконечна, В. В. Німчук, Т. В. Новікова, Іларіон (Огієнко), Ю. С. Осінчук, Л. Осташ, М. Петрович, Н. Піддубна, Л. Полюга, М. Приймич, О. Прискока, Н. В. Пуряєва, М. В. Скаб, К. Сімович, Н. М. Сологуб, Л. Струганець, Г. Тимошик, Ю. О. Чернишова, М. Фабіан, Л. Федаш, П. Чучка, І. Шевченко, М. Штець, А. Ясіновський, О. Ясіновська [4, с.1-2].

Мета статті – обґрунтувати необхідність у редагуванні вже здійснених перекладів із застосуванням нового додаткового критерію оцінки якості перекладу тексту релігійного стилю – концептуально-трансцендентної еквівалентності та здійсненні нових перекладів із застосуванням цього додаткового критерію.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що його результати становлять внесок у вивчення проблем перекладу релігійної термінології в межах текстів різними – близькоспорідненими і неблизькоспорідненими – мовами (східнослов’янськими українською і російською, германськими англійською і німецькою, романською італійською), особливостей формування їх канонічних релігійних стилів [4].

У зв’язку з науковими пошуками різновидів та диференціації сучасного релігійного стилю, у сучасній теорії літературознавства постає проблематика узагальненої класифікації релігійного стилю сучасної української літературної мови. Запропоновані дослідниками парадигми у перекладознавчому вимірі (як в історичному розвитку релігійного стилю, так і на сучасному етапі) не вдається узагальнити під виглядом

однієї класифікації без урахування історичного розвитку релігійного стилю в конкретній релігійній традиції конкретної літературної мови [10]. У зв'язку з різними специфікаціями різновидів та родів, представлених дослідниками цього літературного стилю, у різних культурах та мовах акцентуються також явища транскультурності та неперервності [1; 3].

Витоки розвитку цього літературного стилю співпадають з активним поширенням християнства на теренах Римської імперії. Найбільш активно цей стиль урізноманітнюється та збагачується видами та жанрами релігійної літературної творчості у період «золотого віку» патристики IV - V століття. Цей період християнського літературного розквіту хронологічно співпадає з чотирма першими Вселенськими Соборами: Нікейським (325 року), Константинопольським (381 року), Ефеським (431 року) та Халкедрнським (451 року) [7]. Таку жваву богословську текстову творчість у цей історичний період спричинено насамперед необхідністю оборони догматичного вчення єдиної Вселенської Церкви проти таких єресей, як аріанство (а пізніше євноміанство), несторіанство, монофізитство [9].

Конфлікт релігійно-культурних традицій християнства та греко-римського надбання створив антиподи у формі літературного вираження: Богоявлення, передання і Біблія проти античної класики. Переслідування і заборони християнського самовираження в тогочасних школах ще більше спонукали християнських авторів створювати якісно нову літературу: класичну за звичними для тогочасного суспільства жанрами і стилем та християнську за змістом [10, с. 252]. Завдяки процесу змішування двох культур – християнської і поганської – патристична література IV-V століть успадкувала максимум жанрово-стилістичних особливостей греко-римської літератури і репрезентує унікальні жанри релігійного стилю, що стали прикладом для наслідування іншим епохам християнського літературного надбання.

Ми притримуємося класифікації богословської літератури золотого віку патристики IV-V століть за такими літературними різновидами: апологетичний, догматичний, моральний, аскетичний, екзегетичний [10]. Саме в кінці IV століття чітко утверджується літургійний різновивид [1, с. 54-79]. Така специфікація всередині релігійного стилю пояснює існування трьох видів інформації у таких текстах. За аналогією до класифікації Некряч-Чалої – поділу інформації на два види – нова концепція засобу додаткової оцінки якості перекладу текстів релігійного стилю (концептуально-трансцендентної еквівалентності) базується на поділі інформації релігійного тексту на три роди: 1) концептуально-трансцендентну; 2) іманентно-формальну (предметно-логічну); 3) суб'єктивну [2].

«Концептуально-трансцендентна еквівалентність – це відповідність мовної одиниці оригіналу мовній одиниці перекладу на рівні їх смислового наповнення через наявність у них концептуально-трансцендентних сем (змістових елементів семеми, що характеризують Бога, Його природу та властивості). Наприклад, компонентний аналіз перекладних давньогрецьких тринітарних термінів середини IV століття показав, що будь-який з тринітарних термінів має щонайменше одну таку сему» [4, с. 8].

На шляху досягнення концептуально-трансцендентної еквівалентності є мовні, культурні і конфесійні перешкоди. Перекладність та адекватність перекладу

тринітарного терміна здебільшого залежить від подолання цих перешкод. Мовні (культурні, конфесійні) перешкоди – історико-інформаційне нагромадження, яке отримує термін під час історико-контекстуального існування в конкретній галузі науки, що унеможливлює або ускладнює його відтворення з мови оригіналу мовою перекладу. Про ці перешкоди доцільно говорити в зв'язку з можливостями / неможливостями збереження зовнішньої та внутрішньої форми оригінальних християнських творів, віддалених у часі.

Завдяки використанню концептуально-трансцендентної еквівалентності як критерію оцінки якості перекладу текстів релігійного стилю було виявлено численну кількість невідповідностей в перекладі, наприклад, форм та похідних дієслова ὑφίστημι – ключового дієслова для давньогрецької тринітарної термінології епохи Вселенських Соборів. Було виявлено такі невідповідності перекладу давньогрецького терміна ὑπόστασις (похідного іменника від дієслова ὑφίστημι), як: «substance», «essence», «person» – англійською мовою; «die Person», «die Substanz», «das Wesen» – німецькою мовою; «sostanza», «essenza», «persona» – італійською мовою; «істота» – українською мовою [4, с.11].

Впливи (лінгвістичні та екстралінгвістичні), які доцільно враховувати для досягнення концептуально-трансцендентної еквівалентності у релігійному перекладі, зведено до таких категорій:

1) умови функціонування релігійних термінів у сучасних загальнолітературних мовах;
2) залежність тлумачення перекладного терміна від тлумачення його в оригіналі;
3) існування термінів-дуплетів в оригіналі та мовах перекладу;
4) різні ступені розвитку релігійного стилю та розгалуженість його системи в різних літературних мовах;
5) брак тлумачень релігійних термінів у словниках загальнолітературної мови;
6) зміна значення термінів в одній мові у процесі богословського та доктринального розвитку догми;
7) відповідність/ невідповідність еквівалентів у зв'язку з урахуванням чинників (2),(3) і (6);
8) різний ступінь розвитку релігійного стилю мови оригіналу та мов перекладу.
9) вплив історико-богословського підґрунтя на ідіо-догматичну термінотворчість у ідіостилі окремих авторів.

Потреби вдосконалення у релігійному перекладі мотивовані такими чинниками: 1) вдосконаленням якості існуючих перекладів; 2) поповненням перекладів новими працями з критичним апаратом, що базується на найновіших розвідках досліджень у галузі патрології та патристики та перекладознавства; поповнення корпусу української літературної мови текстами релігійного стилю в т.ч. з метою використання автоматизованих систем перекладу (SDL Trados, memoQ, memsourceCLOUD, matecat та ін.) 4) укладанням тлумачного словника богословських термінів; 5) укладанням повного тлумачного словника релігійних термінів української літературної мови; 6) існуванням розгалуженої системи релігійного стилю у конкретній спадщині

окремо взятої конфесії чи релігійної деномінації (наприклад, християнській літературній спадщині); 7) особливостями формування ідіостилю кожного окремого автора релігійного стилю незалежно від догматичних постулатів того часу.

З урахуванням соціо-релігійних та догматико-становлюючих впливів у перекладі, концептуально-трансцендентної еквівалентності можна досягнути з урахуванням ендоперекладу в діахронному розвитку смислів та смислотворень і екзовпливів на розвиток власне релігійної термінології, особливо віддаленої у часі, та її переклад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арранц М. S.J.* Избранные сочинения по литургике. Т.I. Таинства Византийского Евхология. – М.: Институт философии, теологии и истории св. Фомы, 2003. – 616 с. 2. *Некряч Т.Є., Чала Ю.П.* Через терни до зірок: труднощі перекладу художніх творів. Для студентів перекладацьких факультетів вищих навчальних закладів: Навчальний посібник. – Вінниця: Нова Книга, 2010. – 195 с. 3. *Неперервна філологія. Класичні, візантинологічні та неоелліністичні студії в Україні XX століття* // Клименко Н. та ін. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 269 с. 4. *Попович Н.М.* Відтворення давньогрецької тринітарної термінології в українській богословській терміносистемі (на матеріалі християнської догматичної літератури 351-362 років): автореф. дис…канд. філол. наук – 10.02.16 / Н. М. Попович; Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» МОН України. – Одеса: 2015. – 20 с. 5. *Скаб М.В.* Комплексний історико-лінгвістичний аналіз назв богослужінь, обрядів і священнодій / М.В. Скаб, М.С. Скаб // Українська мова. – № 1. – 2010. – С.143-147. 6. *Степовик Д.* Українська богословська термінологія: потрібна нова концепція / Д. Степовик // Єдиними устами: бюлетень Інституту богословської термінології та перекладів. – 1997. – № 1. – С. 5-7. 7. *Kelly J.N.D.* Altchristliche Glaubensbekenntnisse. Geschichte und Theologie / J.N.D. Kelly. – Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1972. – 343 S. 8. *Nida E.A.* The Theory and Practice of Translation / Eugene A. Nida, Charles R. Taber. – Leiden: E. J. Brill, 1982. – 218 p. 9. *Simonetti M.* La crisi ariana nel IV secolo/ M. Simonetti. – Roma: Institutum Patristicum "AUGISTITUANUM", 1975. – 598 p. 10. *The Cambridge History of Early Christian Literature* / [ed. by F. Yang, L. Ayres, A. Louth]. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – P. 251-317.

Попович Н.М., к. филол. н., доц.,
ГВУЗ «Ужгородский национальный университет», г. Ужгород

ДРЕВНЕГРЕЧЕСКАЯ БОГОСЛОВСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ IV СТОЛЕТИЯ И ЕЁ ПЕРЕВОД

В статье проанализированы обоснования введения концептуально-трансцендентной эквивалентности как дополнительного критерия оценки качества переводов текстов религиозного стиля. Целесообразность введения этого критерия основана на результатах аспектного переводоведческого сравнительного анализа современных разноязычных переводов древнегреческой богословской терминологии IV века. На примере жанрограммы богословского стиля показана дифференциация разновидностей патристической литературы IV- V веков.

Ключевые слова: *религиозный стиль, древнегреческая богословская терминология, концептуально-трансцендентная эквивалентность, золотой век патристики.*

Popovych N., Ph.D., Assoc. Prof.
State University «Uzhhorod National University», Uzhhorod

THE 4TH CENTURY ANCIENT GREEK THEOLOGICAL TERMINOLOGY AND ITS TRANSLATION

The reasons of conceptually transcendental equivalence as an additional quality evaluation criterion of religious texts' translation are discussed in the article. Appropriateness of its introducing is based on the results of contemporary multilingual translations of the 4th century Ancient Greek theological terminology. On the example of the theological genres classification the differentiation between genres of patristic literature of the 4th – 5th centuries is made.

Key words: *religious style, Ancient Greek theological terminology, conceptually transcendental equivalence, golden age of patristic literature.*

УДК 811.411.21

Сівков І.В., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ МОНАРХІЇ В КОНСТИТУЦІЙНИХ ТЕКСТАХ КРАЇН АРАБСЬКОГО СВІТУ

*Дана стаття присвячена дослідженню структури семантичних полів, а також висвітленню лінгвопрагматичних особливостей уживання мовних одиниць, що вербалізують концепт "**монархія**" в арабському юридичному дискурсі через призму аналізу реалізації даного суспільно-політичного концепту на рівні опозиції таких форм монархічного правління, як "**абсолютна монархія**" – "**конституційна монархія**" – "**виборна монархія**" – "**теократична монархія**". Як матеріал дослідження залучається масив конституційних текстів таких арабських країн з монархічною формою державного правління, як Королівство Марокко, Держава Кувейт, Королівство Саудівська Аравія, Султанат Оман та Об'єднані Арабські Емірати.*

Ключові слова*: лексична одиниця, термінологія, концепт, форма державного правління, конституція, монархія, абсолютна монархія, конституційна монархія, виборна монархія, теократична монархія, монарх.*

Питання ідентифікації термінології, що позначає особливості форм державної влади в арабомовних країнах, зокрема, монархічної, не знаходили своє дослідження в лінгвоарабістичних працях. Не було виокремлено ті терміноелементи, вживання яких є характерним в конституційних текстах країн з монархічним державним ладом, а також не було проведено їхній структурно-семантичний аналіз, а також лінгвопрагматичний аналіз їхнього вживання в арабському юридичному дискурсі.

Метою даної статті є комплексне дослідження масиву лексичних одиниць, що виражають концепт "**монархія**" як поняття про монархічну форму державного правління та її підвиди – абсолютну, конституційну, виборну та теократичну шляхом аналізу корпусу конституційних текстів.

Дослідження концепту “**монархія**” проводиться на матеріалі конституційних текстів таких країн, як Королівство Марокко, Держава Кувейт, Королівство Саудівська Аравія, Султанат Оман, Об’єднані Арабські Емірати (далі – ОАЕ).

Сам термін “**монархія**” в політологічних дослідженнях отримує наступне визначення:

Монархія – це така форма правління, де голова держави – монарх, який має особливий юридичний статус. Його повноваження мають первинний, непохідний від будь-якої іншої влади в державі характер. Як правило, він успадковує свою посаду та посідає її довічно [Баглай 2004, с. 116-7];

У дослідженнях з теорії держави та права [Баглай 2004; Серегин 2014$ Сигачева 2010] застосовуються різні підходи до класифікації різновидів монархічної форми правління. У згаданих працях виокремлюються такі основні форми монархічного правління, як **необмежена** (**абсолютна**) монархія, де особа, що царює, є вищим органом держави, та **обмежена** монархія, де вища державна влада розосереджена між монархом та іншими органами, **абсолютна** та **конституційна** монархія, а також **теократична** монархія [Баглай 2004, 116-7, 120; Серегин 2014, 82-83]. Аналіз праць із теорії держави та права дозволяє нам зробити висновок про те, що у них під загальним терміном “**обмежена монархія**” і мається на увазі **конституційна** монархія, представлена її різними типами (**дуалістичною** та **парламентською**).

1. **Необмежена (абсолютна) монархія**

У правовому відношенні монарх – джерело будь-якої влади, і лише він визначає її межі в нормативних актах, які він дарує своїм підданим. В основі закону лежить воля монарха. Абсолютна монархія характеризується широкими повноваженнями монарха в законодавчій, виконавчій та судовій сферах. Закони видаються від імені монарха, йому підпорядкований увесь адміністративний апарат держави. Будь-які виборні органи в абсолютній монархії, як правило, відсутні, що не виключає наявності різноманітних дорадчих установ. Як виняток, у деяких із цих країн можуть прийматися акти, які йменуються конституціями, однак у дійсності вони мають мало спільного із загальноприйнятим поняттям конституції [Баглай 2004, с. 117-8].

2. **Конституційна монархія**

Це така форма правління, при якій влада монарха здійснюється на основах і в рамках конституції [Баглай 2004, с. 118]. При конституційній монархії монарх «царює, але не править» та, як правило, позбавлений права діяти самостійно та займається суто символічними процедурами [Серегин 2014, с. 91-3].

У залежності від рівня обмеженості розрізняють **дуалістичну** (**змішану**) та **парламентську** монархії.

У **дуалістичній** (**змішаній**) монархії голова держави має реальну владу, обмежену розподілом влад, зокрема відокремленням законодавчої влади від виконавчої, яке, втім, є обмеженим. Виконавча влада належить монарху, який її виконує безпосередньо або за посередництвом призначеного ним уряду, який несе відповідальність перед монархом. Законодавча влада розподіляється між монархом та обраним парламентом, однак цей розподіл є початковим і характеризується переважною роллю монарха. Монарх наділений правом абсолютного veto, тобто без його затвердження

жодний закон, прийнятий депутатським корпусом, не набирає чинності. Крім того, монарх зазвичай наділений повноваженнями видавати надзвичайні укази, які мають силу закону, а також він може розпускати парламент та оголошувати надзвичайний стан [Баглай 2004, с. 118-9; Серегин 2014, с. 95].

У **парламентській** монархії монарх не наділений реальними повноваженнями по управлінню державою. Обсяг повноважень монарха в парламентських монархіях неоднаковий і варіюється від майже повного усунення монарха від участі в державній діяльності та зведення його повноважень до зовнішнього представництва до його наділення ширшими повноваженнями [Баглай 2004, с. 119].

3. **Виборна монархія**

На відміну від класичної монархічної форми правління, при якій верховна влада передається за принципом успадкування престолу, у виборній монархії голова держави-монарх обирається на певний строк. Тому у виборній монархії спостерігається поєднання ознак монархічної та республіканської форм правління.

У деяких джерелах на позначення такої форми монархічного правління, при якій монарх не успадковує владу, а обирається, вживається синонімічний до "**виборна монархія**" термін "**колегіальна монархія**", що позначає такий спосіб організації монархічної влади, при якому влада государя обмежується окремим колегіальним органом, члени котрого, очолені государем, є колективним головою держави [Серегин 2014, с. 96].

4. **Теократична монархія**

Особливість теократичної монархії полягає у тому, що в ній голова держави-монарх є одночасно головою того чи іншого релігійного культу [Баглай 2004, с. 120].

Як відомо, форма державного правління Королівства Марокко, визначається як конституційна монархія за положеннями Основного закону країни, однак у низці досліджень світових державно-правових систем конституційна монархія у Марокко визначається як дуалістична змішана з тяжінням до парламентської форми правління [Сигачева 2010, с. 20]. Форма державного правління Держави Кувейт за конституційними нормами визначається як конституційна, однак більшість дослідників теорії держави та права форму державного правління в Кувейті трактують як дуалістичну змішану з тяжінням до абсолютної монархії [Сигачева 2010, с. 20].

Королівство Саудівська Аравія є абсолютною теократичною монархією [Баглай 2004, с. 118, 120; Серегин 2014, с. 97; Сигачева 2010, с. 20]. Султанат Оман є абсолютною монархією [Баглай 2004, с. 118; Серегин 2014, с. 97; Сигачева 2010, с. 20]. У Кувейті, Саудівській Аравії та Омані влада монарха не є необмеженою, і важливу роль відіграє правляча родина, яка вирішує питання успадкування престолу та члени якої відіграють ключову роль в політичному житті країни.

Наприклад, в Саудівській Аравії король, після того, як йому буде складено присягу та після проведення консультацій з "Радою відданності" (*hay'at al-bay'a*), повинен обрати декілька кандидатур на посаду спадкоємця престолу та подати ці кандидатури на розгляд Ради, яка має за загальної згоди її членів схвалити одну з кандидатур для її призначення спадкоємцем престолу. У разі несхвалення жодної із запропонованих кандидатур Рада повинна висунути ту кандидатуру, яку вона вважає за потрібне

[Anẓimat wa-lawā'iḥ hay'at al-bay'a; 7 (тут і далі – нумерація статті конституції)]. В Омані Рада правлячої родини (*mağlis al-'ā'ila al-mālika*) повинна одностайно призначити нового султана протягом трьох днів після смерті попереднього, оскільки правлячий султан не призначив спадкоємця престолу. Якщо члени правлячої сім'ї не зможуть досягти одностайності у вказаний термін, Рада Оборони (*mağlis ad-difā'*) разом із Головами Державної Ради (*ra'īs mağlis ad-dawla*) та Консультативної Ради (*ra'īs mağlis aš-šūrā*), Головою Верховного Суду (*ra'īs al-maḥkama al-'ulyā*), а також двома найстаршими за віком його заступниками повинні затвердити султаном ту кандидатуру, яку буде рекомендовано султаном у своєму листі Раді правлячої родини [An-niẓām al-asāsiyy li-d-dawla: 6].

Октройовані конституції Саудівської Аравії (*an-niẓām al-asāsiyy li-l-ḥukm, Основний нізам правління*) та Оману (*an-niẓām al-asāsiyy li-d-dawla,* Основний закон держави) не обмежують владу монархів цих країн.

ОАЕ є федеративною (*dawla ittiḥādiyya*) виборною (колегіальною) монархією, яку не можна віднести ні до абсолютної, ні до конституційної, бо кожен емірат, що входить до ОАЕ, сам по собі є абсолютною монархією, однак ОАЕ в цілому є обмеженою, а не конституційною монархією, у якій влада спільного монарха обмежена федеративним державним устроєм, унаслідок чого він змушений поділяти владу з головами окремих еміратів, а також обраністю спільного еміра на 5 років [Баглай 2004, с. 119-120; Серегин 2014, с. 96; Сигачева 2010, с. 20].

Нижче буде розглянуто шляхи реалізації монархічних засад в Королівстві Марокко, Державі Кувейт, Королівстві Саудівська Аравія, Султанаті Оман та Об'єднаних Арабських Еміратах, а також класифіковано ті мовні одиниці, які реалізують концепт монархії в конституційних текстах даних країн.

У **конституції Королівства Марокко**, прийнятій в 2011 р. (тут і далі назва конституції країни згадується у тому разі, коли вона відмінна від *dustūr*), країна оголошується конституційною демократичною парламентською та соціальною монархією (*niẓām malakiyya dustūriyya dīmuqrāṭiyya barlamāniyya wa iğimā'iyya*), основною рисою якої є розподіл влад (*yaqūm*^{u} *an-niẓām ad-dustūriyy li-l-mamlaka 'alā asās faṣl as-sulaṭ*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 1].

За положеннями конституції, король (*malik*) є головою держави (*ra'īs ad-dawla*) та її «верховним представником (*al-mumaṯṯil al-'asmā*)», «повелителем правовірних (*amīr al-mu'minīna*)», «охоронцем мусульманської *умми* (*umma*, сукупність усіх мусульман як релігійна громада) та релігії (*ḥāmī ḥimā al-milla wa-d-dīn*)», а також «гарантом свободи виконання релігійних культів (*ḍāmin li-ḥurriyyat mumārasat aš-šu'ūn ad-dīniyya*)», виконуючи релігійні повноваження «повелителя правовірних», які йому виключно надаються, за допомогою указів (*yumāris*^{u} *al-malik aṣ-ṣalāḥiyyāt ad-dīniyya al-muta'alliqa wa-l-muḥawwala lahu ḥaṣriyy*^{an} *bi-wāsiṭat ẓahā'ir*)» [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 41-2]. Король очолює Верховну Раду *улемів* (*ālim*, мн. *'ulamā'*, *знавці богослов'я, історико-релігійного передання і етично-правових норм ісламу*) (*al-mağlis al-'ilmiyy al-a'lā*), яка має виключну компетенцію виносити офіційні *фетви* (*fatwā*^{n}, богословсько-правовий висновок в ісламі, зроблений для роз'яснення і практичного застосування якогось припису шаріату чи тлумачення якогось казусу з позицій

шаріату) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 41]. Король є символом національної єдності (*ramz waḥdat al-umma*)» та гарантом тривалості існування (*ḍāmin dawām ad-dawla wa-stimrārihā*), незалежності та територіальної цілісності держави (*ḍāmin istiqlāl al-bilād wa-ḥawzat al-mamlaka*). Він є верховним арбітром для державних установ (*al-ḥakam al-'asmā bayna mu'assasāt ad-dawla*), є гарантом поваги до конституції, належного виконання конституційними установами своїх функцій та дотримання демократичного вибору, прав та свобод громадян та організацій (*yasharᵘ 'alā iḥtirām ad-dustūr, wa ḥusn sayr al-mu'assasāt ad-dustūriyya wa-'alā ṣiyānat al-iḫtiyār ad-dīmuqrāṭiyy wa-ḥuqūq wa-ḥurriyāt al-muwāṭinīnᵃ wa-l-muwāṭināt wa-l-ǧamā'āt*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 42]. Особа короля є недоторканною та такою, яка вимагає пошани (*šaḫs al-malik lā tuntahakᵘ ḥurmatuhu. Wa li-l-malik wāǧib at-tawqīr wa-l-iḥtirām*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 46].

Король призначає (*yu'ayyinᵘ*) голову Уряду з тієї політичної партії, яка отримала більшість депутатських місць на виборах до Палати депутатів (*ra'īs al-ḥukūma min al-ḥizb as-siyāsiyy al-lāḏī taṣaddara intiḫābāt a'ḍā' maǧlis an-nuwwāb*) та членів Уряду за поданням голови Уряду (*yu'ayyinᵘ a'ḍā' al-ḥukūma bi-qtirāḥ min ra'īsihā*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 47]. Він очолює Раду міністрів, що складається з її Голови та міністрів (*yar'asᵘ al-malik al-maǧlis al-wizāriyy allaḏī tata'allafᵘ min ra'īs al-ḥukūma wa-l-wuzarā'*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 48]. Також король очолює Вищу Раду юстиції (*al-maǧlis al-'a'lā li-s-sulṭa al-qaḍā'iyya*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 56]. Король також має право видавати указ про розпуск обох палат парламенту або однієї з них (*li-l-malik ḥaqq ḥall maǧlisay al-barlamān aw-aḥadihimā bi-ẓahīr*) [Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya; 51].

Отже, аналіз конституційних повноважень Короля Марокко свідчить про те, що марокканська монархія є де-юре конституційною парламентською, але де-факто дуалістичною (змішаною) з тяжінням до парламентської та елементами теократичної, оскільки Король Марокко наділений широкими повноваженнями як фактичний голова виконавчої влади, а також як голова мусульманської громади в межах своєї територіальної юрисдикції – захисник ісламської релігії. Його конституційні релігійні повноваження випливають з його традиційної ролі як релігійного та світського голови своїх підданих

У відповідності до **конституції Держави Кувейт**, прийнятої в 1962 р., країну було оголошено спадковим (*imāra wirāṯiyya*) демократичним (*niẓām al-ḥukm dīmuqrāṭiyy*) еміратом, основною рисою якого є розподіл влад (*yaqūmᵘ niẓām al-ḥukm 'alā asās faṣl as-suluṭāt*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 4, 6, 50]. За положеннями конституції емір (*al-amīr*) є головою держави (*ra'īs ad-dawla*). Особа еміра є недоторканною (*ẕātuhu maṣūna lā tumassᵘ*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt, стаття 54].

Виконавча влада належить еміру, Раді Міністрів та міністрам (*as-sulṭa at-tanfīḏiyya yatawallāhā al-amīr wa-maǧlis al-wuzarā' wa-l-wuzarā'*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 52]. Емір виконує свої повноваження за допомогою міністрів (*yatawallā al-amīr suluṭātihi bi-wāsiṭat wuzarā'ihi*), які разом із Головою Ради Міністрів несуть перед ним солідарну відповідальність за загальну політику держави (*ra'īs maǧlis al-wuzarā' wa-l-wuzarā' mas'ūlūna bi-t-taḍāmun amāma-l-amīr 'an as-siyāsa al-'āmma*

li-d-dawla) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 55, 58]. Емір призначає Голову Ради Міністрів та звільняє його з посади, а також призначає міністрів Уряду та звільняє їх з посад за поданням Голови Ради міністрів (*yu'ayyin*^{u} *al-amīr ra'īs maǧlis al-wuzarā' wa yu'fīhi min manṣibihi kamā yu'ayyin*^{u} *al-wuzarā' wa yu'fīhim min manāṣibihim binā'*^{an} *'alā taršīḥ ra'īs maǧlis al-wuzarā'*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 56]. Емір має право законодавчої ініціативи (*li-l-amīr ḥaqq iqtirāḥ al-qawānīn*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 65]. Емір також має право видавати указ про розпуск Палати депутатів (*li-l-amīr an yaḥill*^{a} *maǧlis al-umma bi-marsūm*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 107]. Законодавча влада належить еміру та Національній Раді (*as-sulṭa at-tašrī'iyya yatawallāhā al-amīr wa-maǧlis al-umma*) [Dustūr Dawlat al-Kuwayt; 51].

Таким чином, з аналізу конституційних повноважень еміра Кувейту випливає, що, незважаючи на конституційні положення про конституційно-парламентський характер кувейтської монархії, вона фактично є дуалістичною (змішаною) з тяжінням до абсолютної, оскільки Емір за положеннями конституції наділений широкими законодавчими та виконавчими повноваженнями як голова законодавчої та виконавчої влад.

Згідно з **Основним нізамом правління (конституцією) Саудівської Аравії** країну оголошено монархією (*niẓām al-ḥukm malakiyy*) [An-niẓām al-asāsiyy li-l-ḥukm, 5 (1)]. У конституційному документі визначається, що державна влада в Королівстві складається з судової, виконавчої та організаційної влад, найвищою інстанцією для яких оголошується Король (*tatakawwan*^{u} *as-suluṭāt min as-sulṭa al-qaḍā'iyya – as-sulṭa at-tanfīḏiyya – as-sulṭa at-tanẓīmiyya wa-l-malik huwa marǧi' hāḏihi as-suluṭāt*) [An-niẓām al-asāsiyy li-l-ḥukm, 44]. Король керує країною у відповідності до законів Шаріату та наглядає за імплементацією шаріатського законодавства, нормативних актів та загальної політики країни, її захисту та оборони (*yaqūm*^{u} *al-malik bi-siyāsat al-umma siyāsat*^{an} *šar'iyy*^{an} *ṭibq*^{an} *li-aḥkām al-islām wa-yušrif*^{u} *'alā taṭbīq aš-šarī'a al-islāmiyya wa-l-anẓima wa-s-siyāsa al-'āmma li-d-dawla wa-ḥimāyat al-bilād wa-d-difā' 'anhā*) [An-niẓām al-asāsiyy li-l-ḥukm, 55].

Король є Головою Ради Міністрів, якому допомагають виконувати свої обов'язки члени Ради Міністрів, королівським указом призначає та звільняє з посад заступників Голови Ради Міністрів, а також міністрів-членів Ради Міністрів, які несуть перед королем солідарну відповідальність за імплементацію шаріатського законодавства, нормативних актів та загальної політики країни. Король має право розпустити та реорганізувати Раду Міністрів (*Al-malik huwa ra'īs maǧlis al-wuzarā' wa-yu'āwinuhu fī adā' mahāmmihi a'ḍā' maǧlis al-wuzarā'. Yu'ayyin*^{u} *al-malik nuwwāb ra'īs maǧlis al-wuzarā' wa-l-wuzarā' al-a'ḍā' bi-maǧlis al-wuzarā' wa-yu'fīhihim bi-amr malakiyy. Yu'tabar*^{u} *nuwwāb ra'īs maǧlis al-wuzarā' wa-l-wuzarā' al-a'ḍā' bi-maǧlis al-wuzarā' mas'ūlīna bi-t-taḍāmun amāma-l-malik 'an taṭbīq aš-šarī'a al-islāmiyya wa-l-anẓima wa-s-siyāsa al-'āmma li-d-dawla. Li-l-malik ḥall maǧlis al-wuzarā' wa-i'ādat takwīnihi*) [An-niẓām al-asāsiyy li-l-ḥukm, 56-7].

Отже, положення конституції Саудівської Аравії чітко вказують на те, що монарх країни має абсолютні повноваження в якості вищого органу виконавчої влади. Також він є вищим релігійним керманичем країни, будучи зобов'язаним керувати країною за законами Шаріату та наглядати за виконанням шаріатського законодавства.

У відповідності до **Основного Закону Оману**, виданого в 1996 р. (з поправками (*ta'dīlāt*) 2011 р.) країну оголошено спадковим султанатом (*niẓām al-ḥukm sulṭāniyy wirāṯiyy*) [An-niẓām al-asāsiyy li-d-dawla; 5]. Голова держави – султан (*as-sulṭān*). Особа султана є недоторканною (*ẕātuhu maṣūna lā tumass*^{u}) та такою, яка вимагає пошани та покори (*iḥtirāmuhu wāǧib wa-amruhu muṭā'*). Султан є символом національної єдності та гарантом її збереження та захисту (*ramz al-waḥda al-waṭaniyya wa-s-sāhir 'alā ri'āyatihā wa-ḥimāyatihā*) [An-niẓām al-asāsiyy li-d-dawla; 41].

Султан очолює Раду Міністрів або призначає її Голову (*yaqūm*^{u} *as-sulṭān bi-ri'āsat maǧlis al-wuzarā' aw ta'yīn man yatawallā ri'āsatahu*). Рада Міністрів допомагає Султану накреслювати та проводити загальну політику країни (*yuāwin*^{u} *as-sulṭān fī rasm as-siyāsa al-'āmma li-d-dawla wa-tanfīḏihā maǧlis li-l-wuzarā'*). Султан призначає та звільняє з посад заступників Голови Ради Міністрів, а також міністрів-членів Ради Міністрів (*yaqūm*^{u} *as-sulṭān bi-ta'yīn nuwwāb ra'īs maǧlis al-wuzarā' wa-l-wuzarā' wa-i'fā'ihim min manāṣibihim*), які несуть перед Султаном солідарну політичну відповідальність за виконання загальної політики країни (*a'ḍā' maǧlis al-wuzarā' mas'ūlūna siyāsiy*^{an} *mas'ūliyya taḍāmuniyya amāma-s-sulṭān 'an tanfīḏ as-siyāsa al-'āmma li-d-dawla*) [An-niẓām al-asāsiyy li-d-dawla; 42, 43, 52].

У відповідності до **конституції ОАЕ** (тимчасово прийнятої в 1971 р., прийнятої на постійній основі в 1996 р.), вищим органом влади в ОАЕ є Верховна Рада федерації (*al-maǧlis al-a'lā li-l-ittiḥād huwa as-sulṭa al-'ulyā fīhi*), яка складається з усіх правителів еміратів – суб'єктів Федерації (*al-imārāt al-mukawwina li-l-ittiḥād*) [Dustūr al-imārāt al-'arabiyya al-muttaḥida; 46]. Верховна Рада Федерації схвалює призначення прем'єр-міністра Федерації, його відставку, а також його звільнення з посади за поданням Президента Федерації (*yatawallā al-maǧlis al-a'lā li-l-ittiḥād al-muwāfaqa 'alā ta'yīn ra'īs maǧlis wuzarā' al-ittiḥād wa-qubūl istiqālatihi wa-i'fā'ihi min manṣibihi binā'*^{an} *'alā iqtirāḥ ra'īs al-ittiḥād*) [Dustūr al-imārāt al-'arabiyya al-muttaḥida; 47 (5)].

Верховна Рада Федерації обирає з її членів Голову Федерації та її заступника на 5 років з правом переобрання (*yantaḫib*^{u} *al-maǧlis al-a'lā li-l-ittiḥād min bayni a'ḍā'ihi ra'īs*^{an} *li-l-ittiḥād wa-nā'ib*^{an} *li-ra'īs al-ittiḥād. Muddat ar-ra'īs wa-nā'ibihi ḫams sanawāt mīlādiyya wa-yaǧūzu i'ādat intiḫābihimā li-ḏāt al-manṣib* [Dustūr al-imārāt al-'arabiyya al-muttaḥida; 51-2].

Президент Федерації очолює Верховну Раду Федерації, призначає Голову Ради Міністрів Федерації, приймає його відставку та звільняє з посади за згоди Верховної Ради Федерації, призначає заступників Голови Ради Міністрів Федерації та міністрів, а також приймає їхню відставку та звільняє їх з посади за поданням Голови Ради Міністрів Федерації (*yu'ayyin*^{u} *ra'īs al-ittiḥād ra'īs maǧlis wuzarā' al-ittiḥād wa-yaqbil istiqālatahu wa-yu'fīhi min manṣibihi bi-muwāfaqat al-maǧlis al-a'lā kamā yu'ayyin*^{u} *nuwwāb ra'īs maǧlis wuzarā' al-ittiḥād wa-l-wuzarā' wa-yaqbil istiqālātihim wa-yu'fīhim min manāṣibihim binā'*^{an} *'alā iqtirāḥ ra'īs maǧlis wuzarā' al-ittiḥād*) [Dustūr al-imārāt al-'arabiyya al-muttaḥida; 54 (1, 5)].

Голова Ради Міністрів, його заступники а також міністри несуть перед Головою Федерації, а також Верховною Радою Федерації солідарну політичну відповідальність за виконання загальної політики Федерації в та за її межами (*ra'īs maǧlis al-wuzarā'*

wa-nuwwābuhu wa-l-wuzarā' mas'ūlūna siyāsiy^{an} *bi-t-taḍāmun amāma ra'īs al-ittiḥād wa-l-maǧlis al-a'lā li-l-ittiḥād 'an tanfīḏ as-siyāsa al-'āmma li-l-ittiḥād fī-d-dāḫil wa-l-ḫāriǧ*) [Dustūr al-imārāt al-'arabiyya al-muttaḥida; 64].

Дослідження політичної системи ОАЕ свідчить про функціонування там не зафіксованих у Конституції неписаних традицій політичного життя країни, суть яких полягає у тому, що Президентом ОАЕ традиційно формально затверджується емір емірату Абу-Дабі, а віце-президентом та прем'єр-міністром – емір емірату Дубай.

Аналіз обсягу конституційних повноважень монархів Королівства Марокко, Держави Кувейт, Королівства Саудівська Аравія, Султанату Оман та Об'єднаних Арабських Еміратів свідчить про те, що у даних країнах монарх є ключовим гравцем на політичній арені. Він має широкі політичні повноваження як голова держави та виконавчої (в Кувейті – і законодавчої) влади.

Досліджуючи форми лексичної реалізації концепту "**монархія**", можна в межах даного концепту виокремити такі складові-субконцепти, як:

1. Верховенство (як-то: *al-mumaṯṯil al-'asmā* "(Король) верховний представник (держави)");

2. Недоторканність (наприклад, *ḏātuhu maṣūna lā tumass*^{u} "Особа (короля) є недоторканною");

3. Вірність та захист (як-то: *al-ḥāmī al-'amīn li-d-dīn wa-l-waṭan* "(Король) надійний охоронець релігії та Батьківщини"; *ramz al-waḥda al-waṭaniyya wa-s-sāhir 'alā ri'āyatihā wa-ḥimāyatihā* "(Султан) є символом національної єдності та гарантом її збереження та захисту")));

4. Пошана та покора (наприклад, *iḥtirāmuhu wāǧib wa-amruhu muṭā'* "Особа (султана) вимагає пошани та покори").

Такі форми лексичного вираження отримує концепт **"(певна) форма монархії"** разом із своїми похідними:

1. **Абсолютна монархія**:

– монарх – найвища інстанція для усіх гілок влади (наприклад, *tatakawwan*^{u} *as-sulṭāt min as-sulṭa al-qaḍā'iyya – as-sulṭa at-tanfīḏiyya – as-sulṭa at-tanẕīmiyya wa-l-malik huwa marǧi' hāḏihi as-sulṭāt* "державна влада в (Королівстві Саудівська Аравія) складається з судової, виконавчої та організаційної влад, найвищою інстанцією для яких оголошується Король");

2. **Конституційна монархія**:

– розподіл влад (як-то: *faṣl as-sulaṭ, faṣl as-sulṭāt*)

3. **Теократична монархія**:

– керування правовірними (наприклад, *amīr al-mu'minīna* "Повелитель правовірних (титул короля Марокко)");

– охорона та захист Ісламу та мусульманської *умми* (як-то: *ḥāmī ḥimā al-milla wa-d-dīn* "охоронець мусульманської *умми* та релігії");

4. **Виборна монархія**:

– виборність (голови держави) (наприклад, *yantaḫib*^{u} *al-maǧlis al-a'lā li-l-ittiḥād min bayni a'ḍā'ihi ra'īs*^{an} *li-l-ittiḥād wa-nā'ib*^{an} *li-ra'īs al-ittiḥād* "Верховна Рада

Федерації обирає з її членів Голову Федерації та її заступника на 5 років з правом переобрання”).

Таким чином, на підставах виконаного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Арабському світу притаманне традиційне сприйняття інституту монархії як вищого органу влади з реальною світською та релігійною, а не формально обмеженою законодавством владою.

2. Поділ арабських монархій на абсолютні та конституційні є здебільшого умовним, оскільки межі повноважень гілок влади є здебільшого розмитими.

3. Концепт “**монархія**” знаходить своє вираження в наступних лексико-семантичних групах: *верховенство*, *недоторканність*, *вірність* та *захист*, *пошана* та *покора*.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Конституционное право зарубежных стран*: Учебник для вузов / Под общ. ред. М.В. Баглая, Ю.И. Лейбо и Л.М. Энтина. – М.: Норма, 2004. – 832 с. 2. *Серегин А.В*. Форма государственного правления (вопросы истории): Дис. ... доктора. юрид. наук: 12.00.01 / Серегин Андрей Викторович. – Ростов-на-Дону, 2014. – 379 с. 3. *Сигачева Е.Л*. Конституционная монархия как форма правления (историко-правовой и сравнительно-правовой аспекты): автореф. дис. …канд. юрид. наук: 12.00.01 / Сигачева Елена Леонидовна. – Санкт-Петербург, 2010. – 23 с. 4. *Dustūr al-Mamlaka al-Maġribiyya*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.mcrp.gov.ma/constitution.aspx (дата звернення: 19.10.2016). 5. *Dustūr Dawlat al-Kuwayt*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.constitutionnet.org/files/constitution_of_kuwait_1962_-_arabic.pdf (дата звернення: 19.10.2016). 6. *An-niẓām al-asāsiyy li-d-dawla*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ar/om/om019ar.pdf (дата звернення: 19.10.2016). 7. *Dustūr al-imārāt al-‘arabiyya al-muttaḥida*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://uaecabinet.ae/ar/the-constitution (дата звернення: 19.10.2016). 8. *An-niẓām al-asāsiyy li-l-ḥukm*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.mofa.gov.sa/ServicesAndInformation/aboutKingDom/SaudiGovernment/Pages/BasicSystemOfGovernance24887.aspx (дата звернення: 19.10.2016).

Сивков И.В., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА МОНАРХИИ В КОНСТИТУЦИОННЫХ ТЕКСТАХ СТРАН АРАБСКОГО МИРА

*Данная статья посвящена исследованию структуры семантических полей, а также освещению лингвопрагматических особенностей употребления языковых единиц, которые вербализируют концепт “**монархия**” в арабском юридическом дискурсе через призму анализа реализации данного общественно-политического концепта на уровне оппозиции таких форм монархического правления, как “**абсолютная монархия**” – “**конституционная монархия**” – “**выборная монархия**” – “**теократическая монархия**”. В качестве материала исследования привлекается массив конституционных текстов таких арабских стран с монархической формой государственного управления, как Королевство Марокко, Государство Кувейт, Королевство Саудовская Аравия, Султанат Оман и Обьединенные Арабские Эмираты.*

Ключевые слова*: лексическая единица, терминология, концепт, форма государственного правления, конституция, монархия, абсолютная монархия, конституционная монархия, выборная монархия, теократическая монархия, монарх.*

Sivkov I.V., PhD., Assistant professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

VERBALIZATION OF THE CONCEPT OF MONARCHY IN THE LEGISLATIVE TEXTS OF ARABIC STATES

*The present paper is dedicated to the study of the structure of semantic fields and shedding of light on the linguopragmatic particularities of the usage of lexical units that verbalize the concept "**monarchy**" in the Arabic legal discourse through the analysis of the realization of given socio-political concept on the level of opposition of such forms of the monarchical government as "**absolute monarchy**" – "**constitutional monarchy**" – "**elective monarchy**" – "**theocratic monarchy**". The corpus of constitutional texts of such Arabic countries with monarchical government as Kingdom of Morocco, State of Kuwait, the Kingdom of Saudi Arabia, the Sultanate of Oman and the United Arab Emirates is taken as the material of research*

***Key words**: lexical unit, terminology, concept, the type of government, constitution, monarchy, absolute monarchy, constitutional monarchy, elective monarchy, theocratical monarchy, monarch*

УДК 811.133

Смущинська І.В., д. філол. н., проф., ***Голубець С.В.***, магістр
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ У ЗОНІ АТО НА СХОДІ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНІЙ ПРЕСІ

Стаття висвітлює результати проведеного аналізу мас-медійного дискурсу Франції, країн Арабського світу, України та Російської Федерації щодо висвітлення подій у зоні проведення Антитерористичної операції на Сході України, визначено його основні лексико-стилістичні та дискурсивні особливості.

***Ключові слова:** Антитерористична операція, медіадискурс, лексико-стилістичні особливості.*

Протягом всієї історії людства народи і країни вступали в різні відносини між собою – політичні, економічні, наукові, культурні тощо, що сьогодні знаходить своє висвітлення перш за все у мас-медійному просторі різних країн. Саме засоби масової інформації є першою інституцією, яка реагує на будь-які зміни у ще стабільній чи вже нестабільній ситуації в державі чи регіоні. Враховуючи важливість цього феномену, пов'язаного з передачею інформації, мас-медійний дискурс сьогодні становить один із пріоритетних напрямків сучасних лінгвістичних досліджень.

Серед подій, що відбуваються в сучасному світі і знаходять своє висвітлення в пресі, чи не найважливіше місце належить військовим конфліктам: по-перше, такі

події пов'язані з життям і смертю людей і їх найшвидше вирішення є нагальним, з яким не можна зволікати, а по-друге, їх об'єктивне висвітлення, без перекручень, з правильною оцінкою, багато в чому може допомогти у їх розв'язанні. Отже, нашою **метою** стало дослідження способів висвітлення сукупності подій в зоні проведення АТО на Сході України офіційними французькими, арабськими, українськими та російськими засобами масової інформації, а **актуальність** нашої наукової розвідки зумовлена недостатнім рівнем вивчення проблематики Антитерористичної ситуації на Сході України як об'єкта висвітлення міжнародними ЗМІ. **Матеріалом дослідження** слугували статті за період 2014-2015 рр. таких офіційних французьких газет, як *«Le Monde», «Le Figaro»* та *«Libération»*, статті з арабомовного незалежного сайту «*УкрПресс*» (***http://ukrpress.net/***), який сьогодні є чи не єдиним джерелом інформації про розвиток ситуації в Україні, статті з офіційних українських газет, зокрема «*Газета по-українськи*», «*Голос України*» та з інформаційного агентства «*УНІАН*», а також статті щотижневої російської газети «*Аргументы и факты*» та «*Российской газеты*» – офіційного друкованого органу Уряду Російської Федерації. Зауважимо, що основними критеріями при виборі інформаційних джерел стали їх популярність серед читачів і тираж.

Базуючись у своєму дослідженні на таких інформаційно-аналітичних документах, як «*Аналіз ведення антитерористичної операції та наслідків вторгнення Російської Федерації в Україну у серпні-вересні 2014 року*», підготовлений Генеральним штабом Збройних Сил України спільно з Центральним науково-дослідним інститутом ЗС України, «*Аналіз Генерального штабу ЗСУ щодо бойових дій на Дебальцевському плацдармі з 27 січня до 18 лютого 2015 року*» Міністерства оборони України, а також на повідомленнях Інформаційно-аналітичного центру Ради безпеки і оборони України, ми проаналізували перебіг АТО в період з квітня 2014 року по квітень 2015 року та виділили основні події, особливості відображення яких у міжнародній пресі і стали предметом нашого дослідження, а саме:

- *26 травня 2014 року* – початок боїв за міжнародний аеропорт «Донецьк» імені Сергія Прокоф'єва;
- *13 червня 2014 року* – звільнення міста Маріуполь від бандформувань силами добровольчого батальйону «Азов», перенесення до міста Маріуполя Донецької ОДА та передислокація Донецького обласного управління МВС України;
- *17 червня 2014 року* – захоплення у полон старшого лейтенанта Збройних сил України, штурмана-оператора вертольота МІ-24 16-ї окремої бригади армійської авіації Сухопутніх військ ЗС України Надії Савченко, незаконне перевезення її на територію Російської Федерації (23 червня 2014 року) та судовий процес проти української льотчиці;
- *17 липня 2014 року* – катастрофа рейсового пасажирського літака Boeing 777 компанії Malaysia Airlines біля міста Торез (Донецька обл.), внаслідок якої загинули всі пасажири та члени екіпажу (загалом 298 осіб); літак збито зенітним ракетним комплексом «Бук» російського виробництва;
- *29 липня 2014 року* – звільнення міста Дебальцеве (Донецька обл.) від незаконних збройних формувань, які контролювали Дебальцеве з квітня 2014 року;

- *кінець липня – початок серпня 2014 року* – бої за курган Савур-Могила, взяття висоти під контроль (3 серпня);
- *12 серпня 2014 року* – проведення блокування міст Ясинувата, Кіровське, Горлівка, встановлення контролю за містами Жданівка, Вуглегірськ;
- *28 серпня 2014 року* – оточення українських підрозділів біля міста Іловайськ (Донецька обл.), «Іловайський котел»; втрати української армії склали більше 360 загиблих, 150 зниклих безвісти, близько 429 поранених та 128 полонених;
- *5 вересня 2014 року* – підписання Мінських домовленостей (Мінського протоколу, Мінської тристоронньої угоди, Мінського перемир'я);
- *13 січня 2015 року* – обстріл пункту пропуску в населеному пункті Бугас (поблизу міста Волноваха Донецької обл.), у результаті чого загинуло 10 осіб, ще 13 отримали поранення;
- *27 січня 2015 року* – масштабний наступ проросійських бойовиків на Дебальцевський плацдарм;
- *17 лютого 2015 року* – у зв'язку з помітною перевагою сил противника, підрозділи сил АТО були змушені покинути свої позиції.

Проаналізувавши низку політологічних, історичних та журналістських праць, ми пересвідчилися в тому, що загалом світовий мас-медійний простір є досить неоднорідним, крім того, політологічний дискурс різних країн помітно відрізняється один від одного. Сучасний стан та тенденції розвитку ЗМІ великою мірою залежать від суспільно-політичного устрою конкретної держави, світоглядних особливостей аудиторії та завдань, які перед собою ставить кожне окреме видання. Так, сучасна друкована французька періодика характеризується об'єктивним підходом до подання інформації різнопланового змісту, від політичних новин до останніх тенденцій моди. З'ясовано, що невербальні засоби знайшли широке застосування на сторінках сучасних французьких ЗМІ. Щодо сучасного стану засобів масової інформації країн Арабського Сходу встановлено, що мас-медійний дискурс арабських країн знаходиться під жорстким контролем влади (особливо в Саудівській Аравії) та концентрує свою увагу на внутрішньо-регіональних подіях, за виключенням найгучніших світових новин. Зауважимо, що діяльність російських ЗМІ контролюється Федеральною службою з нагляду у сфері зв'язку, інформаційних технологій та масових комунікацій Російської Федерації, а також Федеральним агентством друку та масових комунікацій РФ, які, окрім функції контролю, виконують і функцію пильного нагляду за російською періодикою. В свою чергу український медіа-простір також є чітко регламентованим законодавством, проте на розвиток українських ЗМІ активно впливають негативні суспільно-політичні та економічні зрушення в Україні.

Намагаючись визначити та проаналізувати лексико-стилістичні та дискурсивні особливості, притаманні способу представлення французькими, арабськими, російськими та українськими ЗМІ подій в зоні проведення АТО, ми дослідили:

1) лексичні одиниці, якими послуговуються зазначені ЗМІ для номінації ситуації, що склалася на Сході України з весни 2014 року;

2) найменування військової техніки та озброєння, якими послуговуються зазначені ЗМІ для деталізації інформаційного повідомлення – статей про АТО;

3) спосіб представлення учасників конфлікту: України, самопроголошених ДНР/ЛНР, Росії, країн Заходу, а також міжнародних організацій.

Таким чином ми встановили, що офіційні французькі газети на позначення ситуації на Сході нашої держави використовують близько 20 номінативних одиниць (наприклад, *intervention*, *rébellion prorusse*, *soulèvements*, найчастіше *conflit*):

«…Des militaires russes participent activement au conflit en Ukraine: le secret de Polichinelle obstinément entretenu par Moscou depuis des mois est éventé pour la première fois…» («Des militaires russes capturés en Ukraine», «Le Figaro» від 26.08.2014 р.).

Тобто у своїх статтях офіційні французькі ЗМІ не акцентують увагу виключно на зовнішніх (збройна агресія Росії, її військове втручання) чи внутрішніх (сепаратистські виступи жителів Сходу України) факторах, які вплинули на розвиток досліджуваних подій, а подають ситуацію з урахуванням усієї сукупності її аспектів.

У свою чергу російська періодика найчастіше представляє ці події, як «*силовую карательную операцию*» («*…Украинские силовики, задействовав штурмовую авиацию в виде Су-25 и двух МиГ 29, возобновили проведение карательной операции в Донецкой области…*» («*ВС Украины применили в Донецке штурмовую авиацию*», «Российская газета» від 26.05.2014 року)), наголошуючи на тому, що вона має на меті «*подавление протестного движения, возникшего как реакция на смену власти с признаками госпереворота*» («Украинская БМП нарушила российскую госграницу в Ростовской области», «Аргументы и факты» від 13.06.2014 р.). Таким чином російські ЗМІ наштовхують читача на думку, що Антитерористична операція на Сході України є силовою спробою української влади придушити волевиявлення цивільного населення Донецької та Луганської областей.

Арабські журналісти намагаються уникати прямої номінації сукупності досліджуваних подій, проте в аналізованих текстах зустрічаються такі терміни, як كراعم ضيراة (жорстоке протистояння), ال ماجاوم ت (протистояння), ال راصع (боротьба), а найчастіше – قمزأ (криза): «سربايناركا» («؟اهيف ديدج فطعنم مأ ،قمزألل ةيامن ..ايناركوأ قنده» від 06.09.2014 р.) Варто зауважити, що *Тлумачний словник арабської мови «*مجعملا ك يديي نيب يبرعلا» («Арабська лексика в твоїх руках») Абдуррахмана Аль-Фаузана подає наступне тлумачення цього терміна: «متورث لك نالف عاضا ،ةقئاض ،ةلكشم ،ةيلام قمزا يف حبصاف ،نيتراجتلا نيتلودلا نيب قمزا كانه» («проблема, ускладнене становище; фінансова криза – коли особа втрачає всі свої кошти; політичне – криза у стосунках між двома сусідніми країнами»). Тобто в арабській мові термін قمزأ , у разі використання його в політичній сфері, передбачає саме конфлікт на міжнародному рівні. Звідси можна зробити висновок, що в досліджуваних арабських статтях підкреслюється вплив зовнішніх факторів (роль Російської Федерації) на розвиток ситуації на Сході України.

У випадку з українськими ЗМІ, найчастотнішим є використання терміна «*ситуація*» (*«…Ситуація на південному сході країни залишається напруженою…» («У театрі воєнних дій гастролери готують спектакль із перевдяганням під місцевих аматорів*», «Голос України» від 17.11.2014 р.)), що може свідчити про прагнення журналістів до нейтралізації будь-якого конотативного забарвлення під час визначення

досліджуваних подій, а також про їхнє намагання представити останні глобально, не фіксуючи увагу читача на якомусь окремому аспекті подій.

Щодо термінів, які позначають зразки військової техніки та озброєння (*un avion de chasse,* زارط نم وچا حالس قرئاط «يوخوس 25», *літак Су-25М1, штурмовая авиация СУ-25*), було встановлено, що найменше їх використовують у статтях арабських та російських ЗМІ, а найбільше – в українських. Це можна пояснити тим, що арабські та російські журналісти, на відміну від французьких та українських, не вдаються до деталізації інформації, яку вони пропонують своєму реципієнтові, натомість, українські ЗМІ прагнуть запевнити читача в своїй компетентності.

Аналізуючи спосіб представлення вищезазначеними ЗМІ учасників конфлікту на Сході України, ми визначили, що Україна, самопроголошені ДНР й ЛНР, а також Російська Федерація в аналізованих статтях представлені через:

1) власні імена високопосадовців та політиків;
2) топоніми;
3) військові структури та їх керівників.

Окрім цього, в українських статтях офіційну позицію нашої держави представляють й речники АТО.

Зауважимо й те, що для опису офіційного Києва чи Москви досліджувані ЗМІ використовують нейтральну лексику (*уряд України*), а для опису прибічників самопроголошених ДНР та ЛНР – лексику з негативною конотацією (*сепаратисти*, *повстанці* тощо). Проте варто зазначити, що у своїх статтях російські кореспонденти використовують негативно забарвлену лексику, коли йдеться про українську владу та українських військових (*зарвавшиеся киевские власти*, *украинские каратели* тощо).

Ставлення країн Заходу та міжнародних організацій можна прослідкувати у висловлюваннях їх керівників та офіційних представників. Як у французьких, так і в арабських та українських статтях вони активно наголошують на російській військовій присутності на території України та підтримці з боку РФ проросійських сепаратистів (США, Франція, Швеція). Проте варто зауважити, що в аналізованих статтях з українських ЗМІ закордонні політики досить часто не коментують ситуацію в зоні проведення АТО, натомість б'ють на сполох через ймовірну загрозу поширення військової агресії на територію інших країн, зокрема країн Європи (на цьому наголошують політики таких європейських країн, як Німеччина, Великобританія, Латвія). Найбільш однозначними у своєму ставленні до досліджуваних подій виступають американські політики, зокрема президент Барак Обама:

«Il est évident aux yeux du monde entier que des forces russes se trouvent en Ukraine, a affirmé le président américain Barack Obama, qui a également annoncé qu'il recevrait son homologue ukrainien Petro Porochenko le mois prochain à la Maison Blanche» – «Президент США Барак Обама підтвердив, що «увесь світ бачить»: російські війська знаходяться на території України, та анонсував візит свого українського колеги Петра Порошенка до Білого дому наступного місяця».

Щодо російських ЗМІ зазначимо, що найчастіше вони пропонують своєму читачеві цитати представників самопроголошених ДНР та ЛНР, які, в свою чергу,

наголошують на агресії з боку українських силовиків як першопричину збройного конфлікту на Сході нашої держави:

«*Напомним, с середины апреля Киев проводит спецоперацию для подавления ополчения, не признающего легитимность новой власти после февральского госпереворота. В Москве эту спецоперацию, которая уже привела к многочисленным жертвам с обеих сторон, в том числе среди мирного населения, назвали карательной и призывают Киев немедленно ее прекратить*» (Аваков: мирное население фосфорными бомбами не обстреливали, «Аргументы и факты» от 17.06.2014 р.).

Зазначимо, що в аналізованих статтях прослідковується чітка **інтертекстуальність**: французькі та українські ЗМІ активно звертаються до покликань на інші інформаційні джерела. Досліджувані французькі газети найчастіше покликаються на європейські та американські засоби масової інформації («… *Aucun signe de survivants n'était visible jeudi soir sur le site du crash de l'avion malaisien dans l'Est de l'Ukraine, ont constaté des journalistes de l'AFP arrivés sur place*…»), а говорячи про українські ЗМІ, варто до цього переліку додати й українські телеканали та інші газети («…*Бойовики можуть з дня на день почати наступ на Вуглегірськ, який перебуває під контролем української армії. Для цього в район Єнакієвого прибули свіжі угруповання чеченців і донських козаків. Про це в ефірі телеканалу «112 Україна» повідомила журналіст Юлія Кирієнко, посилаючись на дані розвідки*…»). Щодо аналізованих арабських статей, то в них журналісти найчастіше покликаються на висловлювання аналітиків та політологів (في اهفادهأو اهحلاصم قيقحتلل اهفقو لواحت ايسور نأ ءاربخ ىري
عافدلا ترازوب ةيركسعلا ةيسايسلا تاساردلا زكرم في ريبخلا كوشتميت يرت ىمد, ايناركوأ
ةينارك وأل ا, ةيعرشتلا تاساسايسلا زكرم سيئر توموك روهيإ في كيي ف).

Яскравим засобом актуалізації, який широко використовується в українських статтях, є **символізація**. Основним є концепт героя – військовослужбовця, чий особистий військовий подвиг може надихнути українське суспільство боротися далі: «… *Вісімнадцятирічний солдат Дмитро Махов нагороджений орденом «За мужність», завдяки тому, що навіть після отримання поранення, військовий продовжував забезпечувати вогневе прикриття. Варто зазначити, що вісімнадцятирічний прикарпатець Дмитро Махов є наймолодшим військовослужбовцем, який бере участь у проведенні антитерористичної операції. Український герой-танкіст Микола Тішик з 51-ї окремої механізованої бригади на своєму танку Т-64М знешкодив відразу три ворожих російських танка Т-72, які перевершують за багатьма технічними параметрами «64-и»*…» («*Наймолодшого військового із зони АТО нагородили орденом «За мужність»*», «УНІАН» від 12.08.2014 р.).

Таким чином, українські ЗМІ не тільки намагаються підняти дух військових, а й представити бойові дії на Сході нашої держави як протистояння між українськими юнаками та важкою технікою противника, яка, проте, не може забезпечити йому перемогу.

Окрім цього, варто зауважити, що досить часто в статтях українських ЗМІ український стяг виступає символом свободи та звільнення контрольованих

терористами територій українськими військовими. Так, у статті «*Вуглегірськ звільнений від терористів, над містом замайорів український прапор*» від 12.08.2014 р. («Газета по-українськи») український прапор як символ постає опозицією «тероризму»:

«*Українська армія звільнила від терористів місто Вуглегірськ Донецької області. Про це повідомляється в офіційному Фейсбуці президента України Петра Порошенка: «Сьогодні наша армія звільнила від терористів місто Вуглегірськ і підняла державний прапор над міською адміністрацією»*».

Таким чином, можемо з впевненістю сказати, що тема Антитерористичної операції на Сході України є однією з центральних для французьких та українських мас-медіа. Російські мас-медіа уникають деталізації, намагаючись переконати читача у жорстокості української влади, що призводить до значних людських жертв. У свою чергу, ЗМІ арабських країн обмежуються лише наданням загальної інформації, проте арабомовний сайт «*Укрпресс*» представляє своїм читачам інформацію про події в зоні проведення АТО з достатнім рівнем конкретизації. А отже, модальність висвітлення подій впливає на формування громадської думки в цих країнах.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Le Figaro – Actualité en direct et informations en continu [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.lefigaro.fr/. 2. Le Monde.fr – Actualité à la Une [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.lemonde.fr/. 3. Toute l'actualité en direct – photos et vidéos avec Libération [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.liberation.fr/. 4. Аргументы и Факты: новости России и мира, картина дня на aif.ru [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.aif.ru/. 5. Газета по-українськи [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://gazeta.ua/. 6. Голос України – газета Верховної Ради України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.golos.com.ua/. 7. УНІАН: Останні новини України та світу [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.unian.ua/. 8. سرب اينارك [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://ukrpress.net/.

Смущинская И.В., д. филол. н., проф.,
Голубец С.В., магистр,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ СОБЫТИЙ В ЗОНЕ АТО НА ВОСТОКЕ УКРАИНЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРЕССЕ

Статья представляет результаты проведенного анализа масс-медийного дискурса Франции, стран Арабского мира, Украины и Российской Федерации при описании ими событий в зоне проведения антитеррористической операции на Востоке Украины, определены лексико-стилистические и дискурсивные особенности, присущие официальным СМИ указанных стран.

Ключевые слова*: Антитеррористическая операция, медиадискурс, лексико-стилистические особенности.*

Smushchynska I., Doctor of Philology, Prof., Holubets S., master
Taras Shevchenko National university of Kyiv

LEXICAL AND STYLISTIC PECULIARITIES OF THE COVERAGE OF THE EVENTS IN THE ZONE OF THE ANTI-TERRORIST OPERATION IN THE EASTERN UKRAINE IN THE INTERNATIONAL PRESS

Within the framework of this scientific reconnaissance, the mass media discourse of France, Arab countries, Ukraine and Russian Federation has been analysed; lexical, stylistic and discourse peculiarities, which are characteristic to the official mass medias of the mentioned countries while describing the events in the zone of anti-terrorist operation in the Eastern Ukraine in the period from 14 April, 2014 till 18 February, 2015 have been identified.

Key words*: anti-terrorist operation, media discourse, lexical and stylistic peculiarities.*

УДК 512.161:81’367.625

Спотар-Аяр Г.Ю., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПСЕВДОПЕРИФРАСТИЧНИХ ФОРМ

Стаття присвячена проблемі диференціації перифрастичних та псевдоперифрастичних форм у сучасній турецькій мові, а також особливостям їх структурної побудови. У статті визначено і обґрунтовано перелік псевдоперифрастичних форм з огляду на їх структурні та функціональні особливості.

Ключові слова: *псевдоперифрастичні форми, видовий аспект дієслова, функціонування псевдоперифрастичних форм.*

Актуальність теми. Актуальність дослідження зумовлена тим, що у вітчизняній тюркології перифрастична форма дієслова не була досліджена ні з точки зору функціонально-семантичної категорії, ні з точки зору аспектності.

Фактично, єдиним вагомим дослідженням є монографічна праця М.С. Михайлова «Перифрастические формы и категория вида в турецком языке», в якій дослідник відносить до перифрастичних форм турецького дієслова всі форми за принципом побудови (дієприслівник та допоміжне дієслово *olmak/bulunmak*). Важливо відзначити той факт, що перифрастичні форми майже не виділялись у турецьких граматиках як категорія виду дієслова (К. Демірай, З. Коркмаз, Н. Коч, М. Хенгірмен тощо – *bileşik fiiller*). У сучасній мовознавчій науці поєднання дієслова *olmak* із дієприкметником у формах на *–miş ol-, –acak ol-, –ırol-,–maz ol-,–makta ol-,–yor ol-* виділяється як перифрастична форма С. Аслан, яка вводить в сучасне турецьке мовознавство термін *dolaylı (periphrastik) işaretleyiciler.* Таким чином, на сучасному етапі немає чітко визначеної диференціації перифрастичної форми як видового аспекту турецького дієслова, що призвело до неоднозначного розуміння і виникнення поняття «псевдоперифрастичної форми», яке в українській тюркології як видову категорію турецького

дієслова виділяє С.В. Сорокін. Ця тема є актуальною у контексті визначення як самих форм, так і специфіки їх функціонування у сучасній турецькій мові.

Метою цієї роботи є дослідження псевдоперифрастичної форми дієслова в турецькій мові з точки зору її внутрішньої структури, способів утворення, лексико-граматичничних відносин у складі цієї форми, визначення структурної відмінності між перифрастичними та псевдоперифрастичними формами.

Наукова новизна роботи. Ця робота є першою спробою в сучасній тюркології визначити та пояснити чітке розмежування між перифрастичними і псевдоперифрастичними формами і пояснити основні особливості функціонування цих форм у сучасній турецькій мові.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть використовуватись у подальших наукових розробках граматики турецької мови в контексті більш глибокого розуміння перифрастичної форми з точки зору її структури, а також функціонування.

У сучасному мовознавстві категорія виду, як суто граматичне протиставлення дієслова, відмежовується від способів дії, характеризується своєрідним семантичним змістом та граматичними особливостями. Визнання цього принципу і в тюркології стало основою виділення в більшості тюркських мов особливої категорії дієслова – способу дії, що має як загальні, так і індивідуальні риси, в порівнянні з подібними категоріями в різних мовах.

Як зазначає Д.М. Насілов, широко розповсюдженими в тюркських мовах є аналітичні конструкції, які складаються з дієприслівних форм та допоміжних дієслів, що характеризують спосіб дієслівної дії; справжні видові значення в алтайських мовах можуть бути виділені та описані в рамках видо-часової системи. Науковець не погоджується з думкою М.С. Михайлова, який здебільшого розглядає перифрастичні форми як видові [6, с. 95].

Способи дії, вираженої дієсловом, в огузьких мовах виражаються аналітичними та синтетичними формами, серед яких переважну роль відіграють перші. Аналітичні форми способу дії розділяються на дві основні групи:

1) різні фрази;
2) образ протікання дії.

До фазових аналітичних конструкцій відносяться форми з аспектним значенням виконання дії (*aspectotempora*)[13, с. 13].

Одним із основних способів передачі виду із аспектним значенням виконання дії є саме перифрастична форма. Перифрастична форма з точки зору граматики є унікальним явищем у турецькій мові, за допомогою якого можна відобразити не лише такий аспект, як процес виконання дії, результативність, набуття ознаки в результаті виконання дії чи набуття постійної ознаки предмета або особи, а й розгляд виконання дії з точки зору «дія, яка відбулась у момент відображення, по відношенню до мовця тут і зараз» [13, с. 13]. На нашу думку, великим недоліком досліджень сучасної турецької мови є відсутність системного аналізу дієслова в площині вид дієслова/ аспект виконання/ час виконання дії, внаслідок чого немає чіткого відокремлення певних видових та модальних форм.

Першою і найважливішою проблемою в контексті дослідження перифрастичних форм і псевдоперифрастичних форм є чітка межа визначення форм, які можна віднести до перифрастичних. Класичною вважається класифікація, запропонована А.М. Кононовим, за якою до перифрастичних форм відносяться*: -mış olmak, -yor olmak, -ır olmak, -maz olmak, -makta olmak, -acak olmak* [4, с. 213].

С.В. Сорокін так само відносить до перифрастичних форм: *-mış olmak, -yor olmak, -ır olmak, -maz olmak, -makta olmak, -acak olmak* і визначає їх як «засоби уточнення видової характеристики (характеру протікання) дії шляхом поєднання котроїсь із турецьких дієприкметникових форм із допоміжним дієсловом *olmak*, рідше *bulunmak*» [11, с. 115].

Перифрастичні форми на *–(y)ası ol-//–bulun-* в сучасній тюркології не розглядаються як перифрастичні, внаслідок чого в граматиках турецької мови їм приділяється мало уваги, в той час як ця форма є дуже цікавою. Ж. Дені стверджує, що етимологія цього афікса пов'язана з старою дієслівно-іменною формою *на –gü//-kü,* після якої ставиться порівняльно-зменшувальна частка *sı.*Таким чином, форма на *–(y)ası* є граматичним синонімом форми на*–(y)acak.*

Приблизно в XV столітті форма на *-(y)acak* майже повністю витіснила з письмової літературної мови форму на *-(y)ası,* проте в народній розмовній мові ця стара форма продовжувала жити далі, точніше в останні часи в зв'язку із загальною тенденцією зближення народної розмовної мови з літературною, форма на *-(y)ası* інколи вживається в розмовному стилі. Наприклад,

Annem klasik Türk ailelerinden bir kadın olduğu için mesleğin olsun, tiyatrocu olursan aç kalırsın gibi bir ***düşünesi oldu*** [20]. *–Оскільки моя мама є жінкою родом із класичних турецьких родин, вона* ***міркувала*** *таким чином: маєш мати професію, будеш театральним актором - залишишся голодним.*

Виходячи з того, що перифрастична форма має чітку граматичну, семантичну структуру, та аналізуючи проблему неоднозначного підходу в аналізі перифрастичних форм, ми вважаємо доцільним виділити наступні форми як псевдоперифрастичні:

1) поєднання дієприкметників із порівняльним післяйменником *gibi* (конструкції типу*–ırgibi olmak*).

2) поєднання інфінітива та допоміжного дієслова *olmak.*

3) поєднання дієприкметника та заперечного слова *değil.*

Форми на *–irgibiolmak, –miş gibiolmak* як псевдоперифрастичні визначає і С.В. Сорокін: «Такі форми, зовні схожі на перифрастичні, у середині яких наявний післяйменник *gibi* або інші зв'язувальні елементи, ми називаємо псевдоперифрастичними» [11, с. 115]. Наприклад,

Bazı erkenden evlerine dödükleri için özür ***diler gibi oldular****. (Orhan Pamuk) - Деякі* ***ніби просили пробачення*** *через те, що повернулися додому завчасно.*

Konuşma normal bir ses tonu ile tıpkı karşımızdaki birisiyle ***konuşuyormuş gibi olmalıdır****. – Розмова має відбуватися звичайним тоном голосу, наче ми* ***розмовляємо з кимось****, хто знаходиться поряд.*

М.С. Михайлов навпаки відносить до перифрастичних форму на *–acakdeğil*, яка позначає відсутність наміру, бажання здійснити дію; утворюється за допомогою

форми, яка виражена основою першого компонента + афікс майбутнього часу на –*acak* та словом *değil*. Слід зазначити, що ця конструкція має синонімічні форми у сучасній турецькій мові, що дозволяють передати відтінок відсутності наміру дії еквівалентно до зазначеної норми. Наприклад,

Kendime yalan ***söyleyecek değilim***[18]. – ***Не збираюсь*** *сам собі* ***брехати***.

Ми вважаємо, що цю форму недоцільно відносити до перифрастичних, оскільки вона за своєю структурою, семантичним значенням не є повноцінним подвійним вербоїдом, крім того, не виражає аспекту відношення мовця до моменту виконання дії, натомість є лише одним із способів вираження заперечення в турецькій мові.

Вираження заперечення в турецькій мові відбувається двома шляхами – додаванням до основи дієслова заперечного афікса *–ma/me* (морфологічний спосіб); за допомогою перифрастичних форм, що являють собою поєднання форм дійсного стану та наказового способу із заперечною частиною в формі слова *değil.* Поєднання заперечної основи зі словом *değil* виражає ствердження з відтінком категоричності. Наприклад,

Aman Allahım inanılır gibi değil. – Господи, в це ж неможливо повірити!

Поєднання *değil* з формами зобов'язального, бажального та умовного станів має на меті надання негативного значення не дієслівній формі, а всьому реченню. З цього можна зробити висновок, що заперечення, утворене таким чином, має сильніший та більш категоричний характер.

Слід додати, що деякі форми можуть отримувати окреме значення, зокрема форма на *olacak değil* позначає «це вже занадто». Наприклад,

– **Herhalde yani! Kız ziyan** olacak değil ya**! Vicdansızlığa bu kadarına pes yani!** ***[17, с. 65]*** **–Та звичайно ж! Це** вже аж занадто**, щоб дівчина пропала! Таке безсоромне ставлення це вже вкрай!**

Крім того, одним із видів псевдоперифрастичної форми, що функціонує з метою передачі модальності наміру, є форма, що має наступну структуру:

Ім'я-дії на*–mak* основного дієслова та післяйменник *üzere* в поєднанні з дієслівними афіксами або формами дієслова *ol-//bulun-*.

Перифрастична форма на *-mak üzere(dir)* виражає намір, рішучість здійснити дію в недалекому майбутньому. Отже, можна стверджувати, що перифрастичні форми, утворені за допомогою форми на *–mak* + післяйменник *üzere* в поєднанні з різними формами дієслова *ol-//bulun,* виражають модальність наміру, а також для вираження безпосередньої близькості до виконання дії. Наприклад,

Ön sıralardaki vali muavini zamanında PKK'lılara kök söktürmüş çalışkan ve cesur Emniyet Müdür Yardımcısı Kasım bey, diğer yürksek memurlar, tapu kadastro il müdürü, işi Kürtçe müzik kaseteleri toplatıp Ankaraya ***yollamak olan*** *kültür müdürü (karısı, iki kızı, kravat taktığı dört oğlu ve üç erkek yeğeni ile gelmişti) sivil giyinmiş bazı subaylarla karıları olay çıkarmaya niyetli imamhatipli birkaç kendini bilmez gencin gürültüsünden hiç korkmuyorlardı* [19, с. 65]. – *У перших рядах Заступник керівника служби безпеки Касим бей, який за часів губернаторства, викорінив прибічників партії ПКК, інші чиновники високого рангу, районний голова кадастрового відомства, голова відділу культури,* ***завданням якого було зібрати та відправити*** *усі касети курдською мовою в Анкару (прийшов зі своєю дружиною, двома доньками, чотирма синами в*

краватках, та трьома племінниками) декілька офіцерів у цивільному з дружинами, які зовсім не боялись ґвалту від декількох студентів релігійної школи, що намагались підняти галас.

Таким чином, ми можемо зробити такі висновки: перифрастична форма дієслова має отримати чітке визначення в сучасній тюркології як видовий аспект у розрізі «вид-аспектотемпора»; є необхідність у систематизації знань про псевдоперифрастичні форми як один із аспектів модальності дієслова в сучасній турецькій мові, у чіткому визначенні граматичної, стилістичної та структурної відмінності між перифрастичними та псевдоперифрастичними формами, що потребує подальшого дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алекперов А.К.* Сложные глаголы в современном азербайджанском языке. – Баку, 1951. – 21 с. 2. *Галиакбарова Н.М.* Деловой турецкий язык. Практикум. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 118 с. 3. *Карашарлы Ч.М.* Видовая характеристика глагола в тюркских языках юго-западной группы.- Баку, 1982. – 26 с. 4. *Кононов А.Н.* Грамматика современного турецкого литературного языка. – Л., 1956. – 506 с. 5. *Михайлов М.С.* Перифрастические формы и категория вида в турецком языке. – М., 1954. – 137 с. 6.*Насилов Д.М.* К вопросу перифрастических форм глагола в древне-тюркском языке // Вопросы языкознания. М., 1960. – С. 93-97. 7. *Самойлович А.Н.* Краткая учебная грамматика османо-турецкого языка. – М., 2002. – 158 с. 8. Словник української мови: в 11 томах. Том 6, 1975. Стор. 325. 9. *Сорокін С.В., Пілик В.В.* Граматикалізований фрейм «причина» в українській і турецькій мовних картинах світу. Київський національний лінгвістичний університет с. 36-45. 10. *Сорокін С.В.* Турецька й українська мови в системі координат «ВИД – ЧАС – МОДАЛЬНІСТЬ»: Монографія / С.В. Сорокін. – К.: Вид-во КНЛУ, 2009. – 341 с. 11. *Сорокін С.В.*` Практичний курс перекладу з турецької мови. Частина перша. Переклад газетно-інформаційних текстів. – К., 2010. – 294 с. 12. *Akşehirli S.* Türkçede konuşma zamanı, olay zamanı ve referans zamanı ilişkileri. [Електронний ресурс] Bilig.,2012 // Режим доступу від 01.10.2016: http://www.turkishstudies.net/english/DergiTamDetay.aspx?ID=1558&Detay=Ozet. 13. *Aslan S.* Turkiye Türkçesinde ol- yardımcı fiili yapıların Görünüş-Zaman bildirimindeki işlemeri. – [Електронний ресурс] Bilig.,2012 // Режим доступу від 01.10.2016: http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423873006.pdf. 14. *Bozkurt F.* Türklerindili. – Ankara, 2002. – 744 s. 15. *Demiray K.* Temel Dilbilgisi. – İstanbul, 1992. – 256 s. 16. *Jean Deny* Türk Dil Bilgisi 1921 (Hazırlayan Ahmet Benzer 2012). – İstanbul, 2012. – 953 s.17. *Doğan K.* Tenhalılar. Cinius Yayinları, İstanbul, 2014.18.– [Електронний ресурс] 2016 // Режим доступу від 01.10.2016: http://sarki.alternatifim.com/data.asp?ID=133119&sarki=Kendime+Yalan+S%F6yledim&sarkici=Seksend%F6rt. 19. *Pamuk O.* Kar. Istanbul. – 436s. 20. Uraz Mutfakta – [Електронний ресурс] 2016 // Режим доступу від 01.10.2016: http://www.homestyletr.com/haber-detay/soylesi/uraz-mutfakta/18.

Спотар-Аяр Г.Ю., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПСЕВДОПЕРИФРАСТИЧЕСКИХ ФОРМ

Статья посвящена проблеме дифференциации перифрастических и псевдоперифрастических форм в современном турецком языке, а также особенностям их структурного построения.

В статье описано и обосновано определение псевдоперифрастических форм с точки зрения их структурных и функциональных особенностей.

***Ключевые слова**: псевдоперифрастические формы глагола, видовой аспект глагола, функционирование в современном турецком языке.*

Spotar-Ayar G.Y.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

FUNCTIONING OF PSEUDOPERIPHRASTICAL FORMS OF VERBS.

This article is devoted to the problem of definition of periphrastical and pseudoperiphrastical forms in modern Turkish language and also to specify its structure. In this article the pseudoperiphastical forms are defined from the point of its structure and functional particularities.

***Keywords:** pseudoperiphastical verbs, the tenceaspest of Turkish verbs, function of pseudoperiphrastical forms in modern Turkish language.*

УДК 811.113.6’42:32(430)

Стасюк О.С., к. філол. н.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЖАНРОВА СТРУКТУРА ПАРЛАМЕНТСЬКОГО ДИСКУРСУ ШВЕЦІЇ

У статті визначено критерії жанрового структурування парламентського дискурсу. На основі цих критеріїв виділено ядро та периферію парламентського дискурсу Швеції. Виявлено специфіку його жанрової структури, зумовлену інституційними умовами цієї країни. Встановлено, що жанрова структура парламентського дискурсу Швеції охоплює декілька рівнів: внутрішню парламентську комунікацію; внутрішню парламентську комунікацію з додатковим адресуванням повідомлення громадськості; комунікацію парламенту з іншими органами влади; комунікацію парламенту із суспільством.

***Ключові слова:** жанр, інституційний дискурс, парламентський дискурс, тип тексту.*

Постановка проблеми. Парламентський дискурс у країнах парламентської демократії посідає одне з чільних місць серед різновидів інституційного дискурсу, що на противагу побутовому спілкуванню визначається як комунікативна взаємодія представників соціальних груп чи інститутів, які реалізують свої статусно-рольові можливості [4, с. 193]. Комунікація в парламенті є надзвичайно складною й розгалуженою, охоплюючи значну кількість жанрів, що різняться за своєю формою (усні та письмові), обсягом (короткі репліки й тривалі промови), складом учасників тощо. У зв’язку з цим постає потреба в системному розгляді жанрової структури парламентського дискурсу.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю виявлення жанрової структури парламентського дискурсу як одного з провідних типів інституційного дискурсу в країнах парламентської демократії. На сьогодні відсутні праці, у яких було б систематизовано жанрове розмаїття цієї галузі спілкування.

Аналіз досліджень і публікацій. Вивчення жанрової структури парламентського дискурсу Швеції ґрунтується на визначенні поняття жанр, запропонованого М.М. Бахтіним, згідно з яким жанрами є відносно стійкі типи висловлювань, що сформовані в кожній сфері використання мови [1, с. 159-160]. При цьому в межах кожного жанру нерозривно пов'язані три компоненти: тематичний зміст, стиль і композиційна побудова висловлювання.

На сьогодні існує досить значна кількість праць, у яких досліджуються різноманітні аспекти парламентського дискурсу. Зокрема, дискурсивним характеристикам спілкування в парламенті присвячено праці шведської дослідниці К. Іліе [7-8]. Спробу порівняння парламентського дискурсу країн парламентської демократії знаходимо в роботі П. Бейлі [5].

Питання жанрової структури парламентського дискурсу розглянуто в роботах Л.К. Граудіної, М.О. Діденка, Й. Кляйна тощо [2-3, 9]. Вони зосереджуються здебільшого на вивченні окремих жанрів (типів тексту), які належать до парламентського дискурсу. Водночас існує потреба в теоретичному осмисленні жанрової структури парламентського дискурсу як цілісності.

Мета статті – з'ясувати жанрову структуру сучасного парламентського дискурсу Швеції, визначити його ядро та периферію, виявити і систематизувати жанрові різновиди, які належать до парламентського дискурсу.

Викладення основного матеріалу. Специфіка жанрової структури парламентського дискурсу Швеції визначається інституційними умовами, у яких відбувається спілкування в парламенті. Ці умови визначені Конституцією Швеції та Положеннями про Риксдаг [див. 10]. Специфічним для парламентського дискурсу Швеції є зокрема наявність текстів, які репрезентують комунікацію парламенту з Королем Швеції. Такі тексти є ритуалізованими.

У документах, що регламентують роботу парламенту, знаходимо і численні позначення жанрових різновидів парламентського дискурсу, які сформувалися в процесі розвитку парламентаризму в Швеції, напр., інтерпеляція (шв. "interpellation"), законопроект (шв. "proposition" та "motion").

Спробуймо типологізувати ці жанрові різновиди. Для цього спочатку розглянь-мо критерії, на основі яких буде структуровано жанровий простір парламентського дискурсу.

1. Критерії жанрового структурування парламентського дискурсу Швеції.

Критеріями жанрового структурування парламентського дискурсу можуть бути категорії, запропоновані в систематизованій формі В.І. Карасиком. До них належать [4, с. 200-201]:

1) учасники спілкування (статусно-рольові та ситуативно-комунікативні характеристики);

2) умови спілкування (пресупозиції, сфера спілкування, хронотоп, комунікативне середовище);

3) організація спілкування (мотиви, цілі та стратегії, розгортання і членування, контроль спілкування і варіативність комунікативних засобів);

4) способи спілкування (канал і режим, тональність, стиль і жанр спілкування).

Надалі ми зосередимося насамперед на аналізі учасників комунікації – адресанта та адресата повідомлення, оскільки саме їх склад здебільшого й визначає те, якими, наприклад, будуть мотиви чи цілі спілкування, а також їхній стиль і жанр.

Учасниками комунікації, що належать до соціального інституту "Риксдаг Швеції", є такі: парламент як інститут, парламентський комітет або комісія як інститут, депутат парламенту, спікер (віце-спікер) парламенту, головуючий на засіданні найстарший депутат парламенту, керівник парламентської фракції.

Водночас у парламентській комунікації беруть участь представники інших соціальних інститутів, зокрема Король Швеції, прем'єр-міністр і міністри, представники ЗМІ та громадяни.

Виходячи з цього, виокремимо такі групи жанрів парламентського дискурсу: жанри, що репрезентують внутрішню комунікацію в парламенті (адресантом і адресатом повідомлення є парламент як інститут, групи парламентарів або окремі депутати); жанри, що репрезентують комунікацію парламенту з іншими органами влади або із суспільством (один із учасників комунікації не належить до парламенту); а також жанри, які пов'язані з парламентом тематично (обидва учасники комунікації не належать до парламенту).

2. Жанри, що репрезентують внутрішню комунікацію в парламенті.

Ядро парламентського дискурсу складають тексти, що репрезентують внутрішню комунікацію в парламенті, коли адресант і адресат належать до парламенту як соціального інституту. При цьому можна виокремити два підрівні. До першого з них належать тексти, які продукуються на засіданнях парламентських комітетів і комісій. Ці засідання у Швеції є закритими для громадськості та ЗМІ. Тому на відміну від комунікації на пленарних засіданнях адресатом повідомлення є виключно парламентарі.

Крім того, до ядра парламентського дискурсу належать жанри, які репрезентують роботу парламенту в пленумі, коли адресантом і адресатом повідомлення є парламент як інститут, усі депутати парламенту, групи парламентарів чи окремі депутати, але водночас присутній імпліцитний адресат – громадськість. Існує значна кількість жанрів, що належать до цієї групи. Розподілимо їх за критерієм адресанта повідомлення (автора тексту).

а) Адресант – депутат парламенту: промова депутата парламенту (шв. "anförande av riksdagsledamot"); репліка депутата парламенту (шв. "riksdagsledamotens replik"); законопроект, поданий депутатом парламенту (шв. "motion").

б) Адресант – найстарший депутат, який головує на першому засіданні парламенту нового скликання: вітальна промова найстаршого депутата, що головує на засіданні парламенту (шв. "hälsningsanförande från ålderspresidenten").

в) Адресант – спікер парламенту: промова спікера парламенту (шв. "talmannens anförande"); організаційні репліки спікера парламенту (шв. "talmannens repliker"): заява (шв. "anmälan); повідомлення (шв. "meddelande"); оголошення про зібрання (шв. "kallelse till sammanträden").

г) Адресант – лідер партії: промова лідера партії (шв. "partiledarens anförande і partiledardebatt").

До цієї групи належать також документи, що репрезентують роботу в комітетах і є відкритими для громадськості. Адресантом цих документів є парламентський комітет (комісія) як інститут. До них належать: висновки (шв. “betänkande”, “utlåtande”); заява (шв. “yttrande”), пропозиції (шв. “förslag till beslut”).

3. Жанри, що репрезентують комунікацію парламенту з іншими органами влади.

Другий рівень парламентського дискурсу складають жанри, у яких один із учасників комунікації є парламентарем або це парламент як інститут, а другий – представляє інший орган влади. Позапарламентським учасником комунікації найчастіше є прем’єр-міністр, міністри, Король Швеції.

До цієї групи належать такі жанри:

а) Адресант – депутат парламенту, а адресат – представник іншого органу влади: запитання до міністра (шв. “fråga till statsråd”); інтерпеляція (шв. “interpellation”); письмовий запит (шв. “skriftlig fråga”).

б) Адресант – глава уряду: урядова декларація (шв. “regeringsförklaring”); заява про призначення міністрів (шв. “anmälan om utsedda statsråd”); репліка глави уряду (шв. “statsministerns replik”).

в) Адресант – член уряду: промова міністра в парламенті (шв. “statsrådets anförande”); репліка міністра (шв. “statsrådets replik”); відповідь на запитання депутатів (шв. “svar på ledamöternas frågor”); відповідь на письмовий запит (шв. “svar på skriftlig fråga”).

г) Адресат – уряд як інститут: законопроект, поданий урядом (шв. “proposition”). Адресатом у цьому разі є парламент як інститут.

ґ) Адресант – Король Швеції: промова Короля Швеції, якою відкривається сесія парламенту (шв. “öppnande av riksmöte genom Sveriges Konung”).

4. Жанри, що презентують діяльність парламенту суспільству.

Ще однією групою жанрових різновидів парламентського дискурсу Швеції є жанри, спрямовані безпосередньо на презентацію роботи парламенту суспільству. До таких жанрів належать записи на сторінці парламенту в Твіттері, а також тексти, розміщені на веб-сторінці Риксдагу [див. 11-12]. Тут громадськість є вже не імпліцитним, а експліцитним адресатом повідомлення.

5. Жанри, пов’язані з парламентом тематично.

Периферію парламентського дискурсу складають тексти, адресантом і адресатом яких не є безпосередні учасники парламентських дебатів, але які тематично стосуються роботи парламенту, наприклад, газетні статті, написані журналістами, які висвітлюють роботу шведського парламенту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, парламентський дискурс Швеції характеризується складною жанровою структурою, що охоплює значну кількість типів текстів. Його ядро складають жанри, які репрезентують внутрішню парламентську комунікацію. Адресатом та адресантом таких текстів є парламент як інститут, групи парламентарів чи окремі депутати. При цьому дебати на пленарних засіданнях характеризуються подвійним адресуванням повідомлення, коли воно звернене не лише до колег-парламентарів, а й до суспільства. Другий рівень жанрової

структури парламентського дискурсу Швеції охоплюють тексти, які репрезентують комунікацію парламенту з іншими органами влади, а також комунікацію парламенту з суспільством. У цьому разі один із учасників комунікації не є парламентарем. Третій периферійний рівень утворюють жанрові різновиди, пов'язані з парламентом лише тематично.

Слід зазначити, що розглянуті в статті жанрові різновиди парламентського дискурсу Швеції не вичерпують усього жанрового різноманіття цієї галузі спілкування. Крім того, жанрова структура є динамічною, вона змінюється з плином часу внаслідок змін у регламенті роботи парламенту, а також за рахунок розвитку нових форм і засобів комунікації парламенту із суспільством. Парламентському дискурсу інших країн також властива дещо інша жанрова структура. З огляду на це, перспективи подальших досліджень полягають в аналізі окремих типів парламентських текстів, виявленні тенденцій їхнього розвитку, а також проведенні зіставних досліджень жанрової структури парламентського дискурсу різних країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров / Михаил Михаилович Бахтин // Собрание сочинений. – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5 : Работы 1940-1960 гг. – С. 159-206. 2. *Граудина Л. К.* Культура парламентской речи / Людмила Карловна Граудина, Евгений Николаевич Ширяев.– М. : Наука, 1994. – 359 с. 3. *Діденко М. О.* Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Максим Олександрович Діденко ; Одеськ. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. − Одеса, 2001. − 19 с. 4. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. − Волгоград : Перемена, 2002. − 477 с. 5. *Bayley P.* Cross-Cultural Perspectives on Parliamentary Discourse / ed. by Paul Bayley. − Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins, 2004. − 384 p. 6. *Buskqvist U.* Arga leken med Göran Persson – interaktivitet och interaktion på partiernas webbplatser / Ulf Busqvist // Paketerad Politik – elva essäer om journalistik och medier / Mats Ekström, Åsa Kroon (red.). – Stockholm : Carlssons Bokförlag, 2007. – 190 s. 7. *Ilie. C.* Discourse and Metadiscourse in Parliamentary Debates / Cornelia Ilie // Journal of Language and Politics. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins, 2003. – Vol. 2 (1). − P. 71–92. 8. *Ilie C.* Histrionic and Agonistic Features of Parliamentary Discourse / Cornelia Ilie // Studies in Communication Sciences. − Lugano : Univ. of Lugano, 2003. – Vol. 3 (1) – P. 25–53. 9. *Klein J.* Textsorten im Bereich politischer Institutionen / Josef Klein // Text- und Gesprächslinguistik : Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / hrsg. von Klaus Brinker, Gerd Antos [u.a.]. – Berlin ; N.Y. : Walter de Gruyter, 2000. – 1. Halbband. – S. 732–755. 10. *Sveriges grundlagar och riksdagsordningen*. Inledning av Magnus Isberg. – Stockholm : Riksdagsförvaltningen, 2011. – 220 s. 11. *Sveriges riksdag* [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 05.09.2016 : https://www.riksdagen.se. 12. *Sveriges riksdag (@Sverigesriksdag)* [Електронний ресурс]. – Режим доступу від 05.09.2016: https://twitter.com/sverigesriksdag.

Стасюк О.С., к. филол. н.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА ПАРЛАМЕНТСКОГО ДИСКУРСА ШВЕЦИИ

В статье определены критерии жанрового структурирования парламентского дискурса. Выделены ядро и периферия парламентского дискурса Швеции. Выявлена специфика его жанровой структуры, возникшая под влиянием институциональных условий в данной сфере общения. Определено, что жанровая структура парламентского дискурса Швеции охватывает несколько уровней: внутреннюю парламентскую коммуникацию; внутреннюю парламентскую коммуникацию с дополнительным адресованием сообщения обществу; коммуникацию парламента с другими органами власти; коммуникацию парламента с обществом.

Ключевые слова: *жанр, институциональный дискурс, парламентский дискурс, тип текста.*

Stasiuk O.S., PhD.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

GENRE STRUCTURE OF PARLIAMENTARY DISCOURSE OF SWEDEN

The article deals with specific nature of the genre structure of the parliamentary discourse of Sweden. The criteria of genre structuring of the parliamentary discourse are proposed. The specific nature of its genre structure influenced by the institutional conditions is revealed. It is defined that the genre structure of the parliamentary discourse of Sweden consists of several levels: internal parliamentary communication; internal parliamentary communication that is presented in the media and is implicitly addressed to the society; communication of the parliament with other authorities; communication of the parliament with the society.

Key words: *genre, institutional discourse, parliamentary discourse, text type.*

УДК 811.512.161

Телешун К.О., к. філол. н., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

АФІКСАЛЬНИЙ СПОСІБ СЛОВОТВОРУ ЯК ПРОДУКТИВНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ ТОРГІВЛІ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ

У статті досліджено формально-структурні особливості однослівних торговельних термінів турецької мови, утворених суфіксальним способом. Окреслено основні тенденції суфіксального способу термінотворення, виявлено та проаналізовано найпродуктивніші словотвірні моделі.

Ключові слова: *турецька мова, торговельний термін, словотвір, афіксація, словотвірна модель.*

Суфікси, “виконуючи функції службових морфем, не можуть виступати семантичним ядром слова” [5, с. 55] та слугувати основою самостійного висловлення, вони лише уточнюють основу; основною їх функцією є словотворча функція.

Термінологічні одиниці, утворені шляхом деривації, характеризуються більшою вмотивованіст, через те, що їхнє значеня обумовлене як значенням основи, так і афікса; унормованістю та формальною систематизованістю, що досягається використанням однотипних афіксів на позначення класифікаційно аналогічних понять.

Актуальність статті зумовлена необхідністю дослідження й систематизації словотвірної організації торговельних термінів турецької мови, утворених за допомогою афіксації. Багаточисельні та різноманітні за семантикою суфікси є одним із найефективніших засобів поповнення словникового складу турецької мови, що можна пояснити тим, що "у морфологічній структурі термінів…органічно закладені основи структурної систематизації, що має першочергове значення для термінології" [4, с. 120].

Мета дослідження полягає у виявленні специфіки дериваційних процесів у терміносистемі торгівлі турецької мови, визначенні словотвірної структури досліджуваних одиниць та виокремленні продуктивних словотвірних моделей суфіксального способу творення у досліджуваній терміносистемі.

Об'єктом дослідження є торгівельно-економічна термінолексика сучасної турецької мови, **предметом** – афіксальний словотвір термінів цієї сфери, **матеріалом** – словники та тексти сучасної турецької мови.

За допомогою суфіксального способу утворено 380 однослівних термінів торгівлі (з вибірки, що складається з 5730-ти термінів), 8 з них є складними похідними. Аналіз термінів та їх елементів свідчить про те, що в різні епохи на перший план висувалася певна кількість морфем, які мають ряд таких ознак, як соціолінгвістичні ознаки загальнозрозумілості, частотності й соціальної значущості, психолінгвістичні ознаки стислості (оптимальної довжини). Це дозволяло використовувати їх для побудови значної маси лексичних одиниць [3, с. 60]. У турецькому мовознавстві загальноприйнятим є розподіл утворених за допомогою афіксації термінів на наступні групи: 1) утворення термінів-іменників від іменних частин мови; 2) утворення термінів-іменників від дієслів; 3) утворення термінів-прикметників від імен; 4) утворення термінів-прикметників від дієслів; 5) утворення термінів-дієслів від імен; 6) утворення термінів-дієслів від дієслів. Важливо зазначити, що в турецькій мові неможливо провести чітку межу між окремими частинами мови, опираючись лише на зовнішні, морфологічні дані [2, с. 59], відповідно, за допомогою одного й того ж афікса можуть створюватися, зокрема, іменники та прикметники.

Найбільш продуктивними афіксами творення іменних частин мови від імен є суфікси *-lık*[4], *-cı* [8], *-lı*[4] та *-siz*[4].

І. Утворення торгівельних термінів-іменників від іменних частин мови

1.1. *-lık / -lik/ -luk / -lük* – досить продуктивний афікс (80 ПО), що утворює нові поняття, іменники з абстрактним значенням від іменників, прикметників, числівників та віддієслівних імен, напр., *karlılık – рентабельність, pazarcılık – торгівля на базарі,* і виражає предметність. Деякі терміни з цим формантом в якості прикметника, субстантивуючись, позначають назви предметів, напр., *satılık bina – будівля, призначена для продажу; yıllık rapor – річний звіт, aylık ödeme – щомісячний платіж* (оплата або звіт за термін, вказаний у вихідній основі). Терміни на *-lık*[4], утворені від похідних імен із суфіксами *–cı*[8], *-lı*[4], *-sız*[4], *-man / men,* є іменниками, що позначають абстрактні

поняття, відповідні значенню вихідної основи [2, с. 112], напр., *aracılık – посередництво, danışmanlık – консалтинг, faizcilik – лихварство, pahalılık – дорожнеча.*

Деякі лексичні одиниці можуть утворюватися за допомогою цього афікса від основ теперішнього-майбутнього часу та минулого-суб'єктивного часу, напр., *anlaşmazlık – непорозуміння, розбіжність, geçerlik – обіг (грошових одиниць).*

1.2. Суфікс *-cı /-ci / -cu / -cü / -çi / -çi / -çu / -çü* – (58 дериватів), як зазначає А.М. Кононов, додається до основ, що позначають предмет чи об'єкт занять, знаряддя, місце, мету або назву заняття й утворює відіменникові іменники зі значенням суб'єкта дії, який проявляє схильність до чого-небудь або відрізняється специфічними рисами, що мають постійний характер; назви осіб за професією чи родом діяльності [2, с. 102–103], напр., *aracı – посередник, davacı – позивач, faizci – лихвар, girişimci – підприємець.*

1.3. Афікс *-lı / -li / -lu / -lü* (44 терміна), що утворює переважно прикметники, може також утворювати іменники-назви осіб, напр., *alacaklı – кредитор (alacak – борг, який потрібно отримати), borçlu – боржник* (*borç – борг*). Однак як афікс, що утворює торгівельні терміни-іменники, цей формант не є продуктивним.

2. Утворення торгівельних термінів-іменників від дієслів реалізується за допомогою афіксів *-ma/-me, -m (-ım*[4]*), -ıcı*[4] *, - i*[4]*, -(a) k / -(e) k, -ça*[8]*, -ga / ge , -gan*[4]*, -gi*[8]*, -ık*[4] *, -(ı)n*[4]*, -ış*[4]*, -ıt*[4] *, -(ı)nç*[4]*, -tı*[8]*.*

2.1. усічений інфінітив (турецькі мовознавці, зокрема Х. Зюльфікар, трактують його як афікс *-ma /-me*), утворює як дієслівні, так і віддієслівні імена, іменники – назви акту, процесу, результату, знаряддя дії, і є найбільш продуктивним афіксом (36 одиниць) та найпродуктивнішим виразником процесуальності. Форма на *-ma/ me* поєднується з афіксами присвійності (може утворювати ізафетні конструкції), афіксами множини та відмінюється. За часів мовної реформи на заміну арабо-перським термінам таким чином було створено багато іменників від дієслівних основ, напр., *andlaşma (muahede) – договір, bölme – поділ, çalışma (mesai) – робота, çarpma – множення, dağıtma (tevzi) – розподіл, duruşma (mürafaa) – суд, görüşme (müzakere) – переговори, kalkınma – розвиток, onaylama (tasdik) – підтвердження, ödeme (tediye) – оплата, sözleşme (mukavele) – договір, toplama – збір, ulaşma (vusul) – прибуття, yazışma – листування.* Даний афікс активно додавався і до слів іншомовного походження, напр.: *harcama – витрати, planlama – планування.*

2.2. *-m (-ım/-im/-um/-üm*) (17 ПО) – позначає назву, результат дій та процесів, напр.: *girişim – підприємство, alım – покупка, satım – продаж, dağılım – розподіл;* багато термінів за допомогою цього афікса було створено за часів "очищення" турецької мови, зокрема: *indirim – знижка, işlem – дія, üretim – виробництво, üretme – процес виробництва, tüketim – споживання, yatırım – інвестиції, yönetim – керівництво* тощо. Цей формант активно використовувався для створення синонімів до османських за походженням слів, утворених шляхом приєднання арабського афікса *-at,* зокрема, *donatım (teçhisat) – обладнання, yarım (imalat)* – виробництво.

2.3. Афікс *-ıcı /-ici /-ucu /-ücü* (9 ПО), що утворює назви робіт та професій, а також прикметники, напр., *satıcı – продавець, üretici – виробник, zorlayıcı – примусовий*, та *–i /-ı /-u /-ü* (7 ПО): *batkı – банкрутство*, *satı – реалізація,* є відносно малопродуктивними

в термінології торгівлі турецької мови; значну кількість лексичних одиниць за допомогою цих афіксів було також створено в республіканський період – *alıcı – покупець, artı – плюс, bildiri – повідомлення, çarpı – множення, dağıtıcı – дистриб'ютор, denetleyici – інспектор, tüketici – споживач, üretici – виробник, satıcı – продавець, veri – дані.* З точки зору синтаксичного використання дієслівне ім'я на *-(y)ıcı*[4] є позачасовим дієприкметником, який позначає постійну ознаку, якість та в силу специфічності свого граматичного значення легко субстантивується й використовується у якості іменника, на позначення дієвої особи, напр., *koruyucu – захисник, satıcı – продавець.*

2.4. Непродуктивними в даній терміносистемі є наступні афікси, кожен з яких утворює лише по декілька дериватів:

– *gı / -gi / -gu /-gü*[8] (1 ПО) та *-nç/ -ınç /-inç /-unç/ -ünç* (2 ПО), що позначають результат та назву дії, напр.: *kazanç – дохід, ödünç – позика, vergi – податок; -(y)ış / -(y)iş / -(y)uş / -(y)üş* (3 ПО)*: alış – купівля, kuruluş – організація, satış* – продаж; *-ıt /-it* (3 ПО): *akit – договір, bağıt – контракт, проект, çesit – вид; -k /-ık /-ik /-uk /-ük* (2 ПО): *açık – недостача, tüzük – статут;* афікс *-(ı)n /-in /-un /-ün* (2 ПО) утворює по одному іменнику та прикметнику: *batkın – збанкрутілий, ürün – продукт*; *ga /ge* (3 ПО): *belge – документ, denge – баланс, рівновага, gösterge – індикатор*; *-ça / -çe / -ca / -ce* [8] (3 ПО) : *akça* – гроші*, akçe – гроші, güvence – гарантія*; *-ak /-ek* утворює як іменники, так і прикметники (4 ПО): *kaçak – незаконний, контрабандний, ortak – партнер, спільний.*

– форманти *-gı*[8] та *-tı* (2 ПО) не були продуктивними, але широко застосовувалися за часів мовної революції: *birikinti – накопичення, ödenti – грошові збори.* Афікс *-man / -men* (4 одиниці), який також до 30-х років XX століття майже не застосовувався, було відроджено під час мовної реформи для утворення термінів-іменників, що позначають рід занять діяча, названого висхідною основою, напр.: *danışman – консультант, uzman – експерт, yönetmen – директор.*

У поодиноких випадках зафіксовано використання форманту минулого часу у якості словотворчого афікса, напр.: *alındı – розписка, квитанція, çıktı – продукція, надлишок, girdi – прибуток, надходження;* перського афікса *-dar,* напр., *sermayedar капіталіст, фінансист, tahsildar – колектор;* іранських за походженням слів *-hane* та *-name*, які, потрапивши до турецької мови через перську, взяли на себе функції словотворчого афікса, напр., *beyanname – декларація, ihbarname – повідомлення, şartname – контракт, письмова домовленість, ticaret(h)ane – торговий дім,* тощо. Однак зазначені форманти приєднуються лише до арабо-перських слів.

II. Творення торгівельних термінів-прикметників від іменних частин мови

2.1. Серед похідних суфіксальних відіменних прикметників найбільшу групу (44 ПО) складають деривати, утворені за допомогою суфікса *-lı/ -li / -lu / -lü*, що творить якісні та відносні прикметники, напр., *dolaylı – опосередкований, düzenli* – регулярний*, pahalı – дорогий, коштовний, toplu – колективний, uyumlu – гармонійний, yazılı – письмовий, varlıklı – заможний, verimli – ефективний.* Афікс *-lı*[4] у поєднанні з віддієслівними іменами на *-(y)ış*[4]*, -(ı)m*[4]*, -tı /-ntı*[4]*, -gı*[8]*, -(ın)ç*[4]*, -(a)k, -(ı)k*[4] тощо, які називають дії, утворює прикметники активного та пасивного значення (від неперехідних основ утворюються прикметники з активним значенням, від перехідних – з

пасивним), напр., *indirimli – знижений (про ціну), kazançlı – прибутковий, olumlu – позитивний, tutumlu – ощадливий.*

2.2. Другу за чисельністю групу (25 прикметників) складають похідні зі словотворчим формантом *-sız / -siz / -suz / -süz*, який додається до іменників і утворює відносні та якісні прикметники зі значенням відсутності особи, предмета, тобто він додає до значення деривата сему "відсутність якості, характерної для основи". Значення таких дериватів досить легко вивести із суми значень складових, зазвичай вони виступають антонімами до прикметників на *-lı*[4], напр., *geçersiz – недійсний, indirimsiz – без знижки, olumsuz – негативний.* Під час мовної реформи даний формант застосовувався замість перського *-bı* та арабських афіксів і службових слів: *bila-, gayri-, adem-, la-, ı,* напр., *gayrimuntazam = düzensiz – нерегулярний, naçar = çaresiz – безвихідний, bitaraf = tarafsız* або *yansız – нейтральний, bilaistisna = istisnasız – без винятку, ademiiktidar = yetersiz – недостатній*. [9, с. 141–142]. Вищезазначені афікси утворюють прикметники, що зазвичай не мають самостійного термінологічного значення і входять до складу термінів-словосполучень.

2.3. Незначна кількість прикметників утворюється за допомогою непродуктивних до 1935-1936 років афіксів *-al / -el*: *özel – приватний, yerel – місцевий* та *-sal /-sel* (4 одиниці), які було штучно відроджено, як одні з небагатьох афіксів, що утворюють прикметники [2, с. 146]. Афікс *-sal / -sel* часто застосовувався для заміни лексичних одиниць, утворених за допомогою ар. афікса *-ı*, напр., *bilimsel – науковий, bölgesel – регіональний, finansal – фінансовий, kişisel – особистий, kuramsal – теоретичний.* Додається він також до дієслів, напр., *görsel – візуальний* та слів іншомовного походження, переважно арабізмів, напр., *parasal – грошовий, toplumsal – соціальний.*

2.4. У турецькій мові досі функціонує багато відносних прикметників, утворених за правилами граматики арабської мови, за допомогою афікса *–i/ -vi (hakiki – справжній, iktisadi – економічний, maddi – матеріальний, siyasi – політичний, ticari – комерційний, торгівельний),* які, як і попередні, зазвичай входять до складу термінологічних словосполучень.

В утворенні похідних суфіксальних прикметників беруть участь також ТО дієслів, однак отримані дані дають підставу зробити висновок про те, що це непродуктивна модель творення. Зокрема, в такий спосіб утворюються похідні шляхом приєднання наступних афіксів:

-gan /-gen / -kan / -ken (2 одиниці), що походить від дієприкметника *-gan* (суч. *-an/-en*), який втратив ознаки дієприкметника й утворює переважно прикметники, напр., *girişken – ініціативний, діловий, üretken – продуктивний;* іноді – іменники*: başkan – голова, etken – фактор; -gın*[8] – фонетичний різновид афікса *-gan*: *durgun – застійний, etkin – ефективний.*

III. Торгівельні терміни-дієслова утворюються шляхом приєднання спеціальних афіксів до іменної чи дієслівної твірної основи. Спираючись на вибірку, представлену 61 однослівним дієсловом, ми встановили наступне.

Найбільш продуктивними афіксами творення дієслів від іменних частин мови є: *-la/ -le*, *-laş /-leş, -lan/ -len, -dır, -ar/ -er.*

Афікс *la/-le* (15 ПО) творить дієслова від майже всіх частин мови, напр., *etiketlemek – наклеювати етикетку, faturalamak – виписувати рахунок.* Наступну за кількістю групу (6 дериватів) утворюють ПО дієслів, утворені за допомогою суфікса *-laş/-leş*, напр., *pazarlaşmak – торгуватися, tekelleşmek – монополізувати, tüccarlaşmak – стати комерсантом, торговцем.* Найменшу групу складають деривати, утворені афіксом *-lan/ -len* (4 одиниці), напр., *borçlanmak – заборгувати, dalgalanmak – коливатися (про ціни, курси валют).*

Від ТО дієслів твориться незначна кількість похідних, зокрема, в утворенні беруть участь такі форманти, як афікс спонукального стану *-dır* (9 дериватів), який приєднується, переважно, до основи на *-lan / -len* та *-laş / -leş* і утворює такі терміни, як *değerlendirmek – оцінювати, fiyatlandırmak – оцінювати, призначати ціну, tekelleştirmek – монополізувати*; *-t* (10 ПО дієслів): *dağıtmak – поширювати, devretmek – передавати права;* афікс *-ar /-er* (2 одиниці): *çıkarmak – видаляти, göndermek – відправити; -ş* (1 одиниця): *girişmek – починати, братися за щось*;

-ı(n) (1 одиниця): *tükenmek – закінчитися*. Розглядаючи частотність термінотворчих суфіксів фахової мови торгівлі, варто підкреслити, що частина розглянутих термінів є дієприкметниками (25 одиниць), значна частина яких, субстантивуючись, утворює іменники (від дієприкметників теперішнього-майбутнього часу на *-an / -en,* від основ теперішньо-майбутнього *(-r / -ır / -ir / -ur / -ür / -ar / -er)*, майбутнього-категоричного *(-(y) acak / -(y) ecek)* та минулого-суб'єктивного часів *(-mış / -miş / -muş / -müş)*, напр., *alacak – борг (який слід отримати), çıkar – вигода, зиск, gelir – дохід, gider – витрати, satılmış – проданий, taşınmaz – нерухомий, tutar – кількість, yarar – користь.* Запозичені ТО також демонструють здатність поєднуватися з більшістю з вищезазначених афіксів.

Отже, для словотвірної архітектоніки однослівних торгівельних термінів характерні в цілому ті ж принципи, що й для загальновживаних одиниць. Разом із тим простежується певна специфіка у використанні морфологічних способів творення, деякі словотвірні моделі саме в термінології торгівлі посилюють свою продуктивність. Продуктивність морфологічного способу для термінів торгівлі обумовлена тим, що він є надзвичайно поширеним і для слів загальновживаної мови. Переважна більшість термінів-дериватів, утворених за допомогою питомих словотвірних афіксів на турецькомовному ґрунті, з'явилася за часів республіки у рамках мовної реформи. Шляхом афіксації утворено близько 40 % від усіх однослівних термінів, у першу чергу за допомогою суфіксів *-lık*[4], *-cı*[8], *-lı*[4], *-siz*[4], *-ma /-me, -(ı)m*[4], *-la /-le.* У досліджуваній термінології простежуємо тенденцію до гніздового термінотворення: створення комплексів, пов'язаних спільною основою (напр., дієслово – віддієслівна назва дії – назва особи тощо), що призводить до формування широких мотиваційних полів. Таким чином, модельований характер творення суфіксальних дериватів на позначення певних груп торгівельних понять, використання при цьому однотипних основ вказує на системність досліджуваної термінології.

У перспективі дослідження – подальше вивчення дериваційних процесів у термінологічних системах турецької мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ковалик І.І.* Вчення про словотвір / І.І. Ковалик. – Л.: Вид-во Львівського ун-ту, 1961. – 83 с. 2. *Кононов А.Н.* Грамматика современного турецкого литературного языка / А.Н. Кононов. – М.: Изд. Академии наук СССР, 1956. – 570 с. 3. *Лейчик В.М.* Терминоведение: предмет, методы, структура. Изд. 3-е / Лейчик В.М. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 256 с. 4. *Панько Т.І.* Від терміна до системи. Становлення марксистсько-ленінської політекономічної термінології у східнослов'янських мовах / Т.І. Панько. – Л.: Вища школа, 1979. – 147 с. 5. *Полюжин М.М.* Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення: Монографія / М.М. Полюжин. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с. 6. *Суперанская А.В.* Общая терминология: Терминологическая деятельность. Изд. 3-е. / А.В. Суперанская. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008 . – 288 с. 7. *Köksal A.,* Türkçe Bilim Sözleri: Bir Deneyim / A. Köksal // Bilim ve Ütopya, sayı: 80, Şubat 2001, s. 14-21. 8. *Timurtaş F. K.,* Terimlerin Türkçeleştirilmesi/ F.K. Timurtaş // Türk Dili, TK.44, Ankara, 1966 9. *Zülfikar H.* Terim sorunları ve terim yapma yolları / H. Zülfikar. – Ankara, 1991. – 213 s.

Телешун К.О., к. филол. н., ассист.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

АФФИКСАЛЬНЫЙ СПОСОБ СЛОВООБРАЗОВАНИЯ КАК ПРОДУКТИВНЫЙ СПОСОБ ОБРАЗОВАНИЯ ТЕРМИНОВ ТОРГОВЛИ ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА

В статье исследованы формально-структурные особенности однословных торговых терминов турецкого языка, образованных суффиксальным способом. Определены основные тенденции суффиксального способа терминообразования, выявлены и проанализированы самые продуктивные словообразовательные модели.

Ключевые слова: *турецкий язык, торговый термин, словообразование, аффиксация, словообразовательная модель.*

Teleshun K.O., PhD., Assistant Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

SUFFIXAL WAY OF TERM-FORMATION AS PRODUCTIVE WAY FOR CREATION OF TURKISH TERMS OF TRADE

The article researches the formal and structural features of single-word terms of trade of the Turkish language made by affixation. Major tendencies of suffixal way of term-formation are identified and the most productive models of suffixation are analyzed.

Keywords: *Turkish language, trade term, term-formation, affixation, term-formation model.*

УДК: 811.161.2: 81’44

Тепла О.М., к. пед. н., доц.
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ НАЗВИ

Охарактеризовано лінгвістичні особливості творення власної назви, зокрема комерційної номінації, функції комерційних назв як мовних одиниць. Наведено правила вдалого неймінгу, важливі етапи у створенні назви. Розглянуто алгоритм створення назви нового товару, а також критерії створення вдалої комерційної назви.

Ключові слова*: власна назва, комерційна назва, нейм, неймінг.*

Актуальність дослідження пов’язана передусім із потребою вивчення назв товарів, торгових марок, комерційних підприємств на певній стадії їх формування; оцінювання означених понять як об’єктів інтерпретації з погляду номінатора і адресата. Комплексна характеристика і аналіз цих мовних явищ є важливими завданнями сучасної української ономастики і водночас може слугувати підґрунтям для наукових розвідок в галузі теорії номінації,соціо- і психолінгвістики.

Сьогодні в галузі комерційної номінації спостерігаємо так званий номінаційний бум, зумовлений розвитком вітчизняної економіки, зокрема малого підприємництва. Назва товару чи торгової марки виступає найбільш важливим комунікативним елементом в просуванні товару, пов’язує виробника зі споживачем.

Питання творення власної назви, зокрема комерційних найменувань, привертає увагу лінгвістів. Цю царину мовознавства досліджували як зарубіжні, так і українські мовознавців: О. Белей, А. Беспалова, О. Вінарєва, Н. Гусейнова, А. Ісакова, І. Крюкова, Г. Куликова, В. Перція, Н. Слухай, О. Яковлєва та ін. Із виникненням в Україні ринкових відносин спостерігається розвиток означеної галузі. Сьогодні, з розвитком українського виробництва, все частіше власники підприємств звертаються до фахівців з неймінгу за допомогою у створенні вдалої назви. Водночас не можна вважати тему комерційної номінації достатньо розробленою, оскільки через свою неоднорідність і прикладний характер оніми залишаються поза увагою більшості науковців.

Як слушно зауважує Н. Слухай, лінгвістична концепція творення власної назви є сучасною проекцією теорії номінації в умовах панування комунікативно-функціональної парадигми в мовознавстві [7]. Неймінг – це процес і результат творення оригінальної назви об’єкта, тобто неймінг – це присвоєння товару комерційно релевантного імені. Комерційна номінація – це мовна номінація, орієнтована на отримання комерційного ефекту. Крім творчої складової процесу творення назви, неймінг має певні правила і принципи. Отже, завдання неймінгу – донести до споживача ціннісні пропозиції товару за допомогою імені.

Мета статті – розкрити лінгвістичні аспекти творення нейма, особливості комерційної номінації.

Однією з проблем сучасної лінгвістики, що пов’язана з теорією неймінгу, є визначення кореляції між комерційною номінацією та позначуваним товаром.

Розглядаючи питання про зв'язок назви з іменованим товаром, багато сучасних дослідників неймінгу дійшли таких висновків. По-перше, повинен бути взаємозв'язок між назвою і товаром [6, с. 102]. Денотативна співвіднесеність нейма є важливою, оскільки назва, відображаючи реальний зв'язок із позначуваним товаром, вказує на його переваги. Для досягнення цієї мети як комерційні назви часто використовують так звані значеннєві імена, що полегшують комунікативний процес між товаром і споживачем (наприклад, сік «*Добрий сік*»). Однак подібні найменування є малоефективними в умовах стрімкого зростання кількості виробників різної продукції і, відповідно, посилення боротьби за споживача, зважаючи на свою однотипність. По-друге, комерційне ім'я має бути унікальним і оригінальним для того, щоб виділяти товар з ряду однорідних, підкреслювати його індивідуальність і неповторність, тим самим привертаючи увагу споживача [5, с. 2]. Для досягнення цієї мети творці комерційної назви використовують засоби, що сприяють диференціації певного товару (вживання як назв слів у переносному значенні, неологізмів, запозичень тощо). Отже, специфіка комерційної номінації полягає в тому, що назва повинна не тільки співвідноситися з позначуваним товаром, а й бути унікальною. На це явище вказують у своїй роботі Т. Соболєва та А. Суперанська: «Створюючи товарні знаки, дбають не стільки про те, щоб назва була одразу зрозумілою, скільки про те, щоб вона була ефективною» [8, с. 32].

Комерційна назва за своє суттю є прагматичною, оскільки в ній «актуалізуються певні комунікативні стратегії» [2, с. 113]

Основними функціями комерційних назв як мовних одиниць є називна, ідентифікаційна, функція індивідуалізації та атрактивна функція. Ідентифікаційна функція та функція індивідуалізації полягають у тому, що комерційні назви позначають і відрізняють одні компанії, послуги та товари від інших. Атрактивна функція спрямована на те, щоб привернути увагу до компанії або її продукції, викликати певні позитивні емоції й асоціації, що спонукає до купівлі товару або до користування послугами компанії. Із цього випливає, що назва продукту повинна бути такою, щоб, незважаючи на свою лаконічність, викликала у покупця «запрограмовані» замовником асоціації. Образи можуть бути різними, але вони повинні, по-перше, стійко пов'язуватися у свідомості споживача зі сферою діяльності компанії, по-друге, справляти на адресата приємне враження, по-третє, бути ефектними, привабливими [3, с. 28].

Назва торгової марки – це те, що безпосередньо впливає на сприйняття товару споживачем. Серед найбільш важливих правил неймінгу – стислість і милозвучність назви, оскільки саме таке ім'я дає змогу ефективно встановлювати контакт зі споживачем. На думку О. Волкової, «чим більше в назві бренду слів, тим вона гірше запам'ятовується споживачем. Крім того, короткий бренд зменшує ймовірність того, що слово вашої назви буде в назві конкурента» [1, с. 10]. Наступне правило: ім'я має бути милозвучним і містити оптимально поєднувані звуки, зокрема, варто уникати різких сполучень приголосних звуків. Якщо назва двоскладова, то потрібно враховувати довжину її елементів, звертати увагу на чіткість і ритмічність назви (вдалий приклад – *Coca-Cola*). Крім цього, назви повинні бути, по можливості, емоційно забарвлені. Цього можна досягнути шляхом використання зменшувально-пестливих

суфіксів («*Хуторок*») або слів, що передають настрій («*Веселий молочник*»). Назви, створені відповідно до цього правила, ототожнюються на несвідомому рівні з м'якістю і безпчністю. Назви також мають бути адресними, тобто апелювати до конкретної аудиторії і пов'язувати товар із задоволенням і реалізацією бажань споживача. Наприклад, назва «*Для всієї родини*» вказує, для кого призначений товар.

Ще одне правило неймінгу передбачає встановлення комунікативної взаємодії зі споживачем. Назва повинна стимулювати у покупця виникнення позитивних образів, а товар має сприйматися як належний реальності споживача. Крім того, ім'я має відповідати культурним тенденціям і течіям, цінностям, поширеним у середовищі потенційного покупця товару. Наприклад, назва шоколадних батончиків «*Шок*» орієнтована на підлітків і відображає їх цінності. Вдалою є також назва молочної продукції «*Веселі внучата*», оскільки відповідає таким основним правилам неймінгу, як емоційність, адресність, комунікативна взаємодія.

Як зауважують фахівці, у створенні назви можна виділити три найбільш важливі етапи: цільовий; креативний (розроблення або вибір назви); оцінювальний (визначення того, наскільки нова назва відповідає меті).

Для кожного етапу характерні свої методи і на кожному з них виникають певні психологічні проблеми. Наприклад, яка мета створення назви нової ТМ? Чи достатньо того, що назва є лише доволі милозвучною або добре запам'ятовується?

З погляду психології, алгоритм створення назви нового товару в найбільш спрощеному вигляді може бути таким:

1. Визначити психологічні характеристики представника групи потенційних споживачів товару, для якого розробляється назва, описати його ціннісні орієнтації і норми регуляції поведінки. Після цього отримані дані слід розглянути з погляду потреб людини, які мають бути задоволені. Оскільки товар може задовольняти одночасно багато потреб, це варто врахувати при формулюванні вимог до нової назви.

2. Дібрати (або вигадати) кілька назв (щонайменше три), які мають позитивний асоціативний зв'язок у свідомості людей з характеристиками товару. Це креативний етап. Багато психологів рекомендують використовувати методи групової творчості (мозковий штурм, синектика та ін.).

3. Оцінити варіанти назви за двома критеріями: 1) адекватність органам сприйняття (зору і слуху), а також психічним процесам людини (пам'яті, увазі, мисленню, емоціям, мові, мотивації та ін); 2) адекватність соціально-психологічним і особистісним критеріями (почуттю власної гідності і високої самооцінки покупця, який використовує цю назву в спілкуванні з членами своєї референтної групи).

Далі потрібно обрати назву, яка найкраще відповідає перерахованим критеріям, і перевірити її на унікальність, зіставивши з аналогічними найменуваннями, відомими на ринку. Оцінювання варіантів назви повинно здійснюватися в умовах лабораторного психологічного експерименту.

Визнаний фахівець з брендингу В. Перція [4, с. 87] наводить сім правил, дотримуючись яких ви можете обрати назву для свого продукту або компанії:

1. Коротка і зі значенням. Гарна назва повинна швидко запам'ятовуватися, бути милозвучною і, бажано, повідомляти покупцеві певну інформацію.

2. Відмінна від інших і унікальна. Ідеальна назва повинна моментально давати зрозуміти покупцеві, чим товар, на якому вона зазначена, відрізняється від подібного товару конкурентів.

3. Пов'язана з реальністю. Вдала назва має вказувати на щось реальне, особливе стосовно компанії або продукту.

4. Встановлює комунікативний процес. У вашого товару є позиціонування. У вашої компанії є мета. Вдала назва розкаже всім про те, для чого слугує товар і чим живе компанія.

5. Запам'ятовується. Назва повинна легко запам'ятовуватися, легко вимовлятися і легко сприйматися.

6. Приємна для очей і для вух. Мозок перетворює слова в звуки. Назва товару в мільйони разів частіше вимовляється, ніж читається. Значить, вона має бути приємною на слух.

7. Без негативних асоціацій. Вдала назва не повинна викликати жодних негативних емоцій і асоціацій.

Отже, необхідність створення вдалої назви зумовлена такими чинниками:

1. Це перший контакт продукту із споживачем. Із назви починається процес купівлі.

2. Назва – це те, що споживачі повідомляють іншим потенційним покупцям.

3. Правильно дібрана назва спонукає до купівлі і викликає позитивні асоціації з вашою компанією.

4. Вдала назва буде завжди спадати на думку споживачеві, коли йому захочеться скористатися вашою продукцією чи послугами.

5. Назва – це ваш постійний агент з продажу, який працює 24 години на добу.

Під час експертного оцінювання комерційної номінації розробено критерії щодо створення вдалої комерційної назви: чи благозвучна і легко вимовляється; чи не викликає небажаних фонетичних асоціацій; чи не викликає небажаних семантичних асоціацій, чи не містить двозначності; чи є образною: провокує конкретний візуальний або звуковий образ; чи запам'ятовується; чи не схожа на інші назви з тієї ж товарної групи; чи викликає позитивні емоції; чи вказує на зв'язок з товаром.

Звичайно, жоден із наведених списків не є вичерпним. Саме перенасиченість ринку товарів і послуг стала причиною появи брендів і створення оригінальних імен.

Робота зі створення власної назви не обмежується креативною частиною, яка, однак, посідає чільне місце в процесі неймінгу. Як бачимо, вибору остаточної назви передує ланцюжок тестів і методик. Як наслідок, після аналізу даних тестів і всіх перевірок замовникові пропонують назву, відшліфовану за всіма критеріями. Якщо робота виконана якісно, то назва буде ефективною, тому успіх неймінгу полягає в застосуванні наукових методів оцінювання, де творчість – лише складова процесу вдалого словотворення.

Ім'я товару як основний ідентифікатор торговельної марки виражає значний потенціал цінності бренду і повідомляє першу інформацію, яка може стати ключем до ухвалення рішення про вибір. Звернемося до вдалих назв вітчизняного ринку. Українська торгова марка «*Ще*!» – всього дві букви, проте у них закладено зміст:

«Смачно, дайте мені добавки». Для назви марки свіжозаморожених продуктів «*Легко*» вдало вжито прислівник. У назві торгової марки «*Наша Ряба*» використано стереотип: в селах і казках курей часто називають Рябами.

Вищенаведене дає підстави для висновку, що вдало дібрана назва дає змогу: виділитися, зайняти особливу нішу серед конкурентів; посилити позиціонування; викликати позитивні асоціації у споживачів; врізатися в пам'ять потенційних покупців; посісти товарам панівне місце серед категорії подібних товарів. Крім того, комерційні назви, їх склад, етимологія, розвиток можуть слугувати показником стану розвитку сучасної української мови, її здатності реагувати на запозичення і розвиватися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Волкова О.А.* Український рекламний текст і рекламний бренд: апперцепція мовного знака : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Волкова Ольга Анатоліївна ; Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. – Х., 2012. – 19 с. 2. *Дядечко Л.А*. Маркери експресивності сучасного рекламного дискурсу / Л.А. Дядечко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Філологічні науки» / Редкол.: С.М. Ніколаєнко, (відп. ред) та ін. – К.: Міленіум, 2016. – Вип. 245. – С. 112-118. 3. Иванова *Е.Н.* Приемы креативной номинации (на примере названий книжных магазинов г. Екатеринбурга) / Е.Н. Иванова // Уральский филол. вестн. Сер.: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2013. – № 3(22). – С. 27-31. 4. *Перция В.* Анатомия бренда / В. Перция, Л. Мамлеева.– М.– СПб: Вершина, 2006. – 288 с. 5. *Синявская О*. Современная коммерческая номинация в ономасиологическом аспекте [Електронний ресурс] / О. Синявская // Электронный научный журнал «Apriori». Серия Гуманитарные науки.– 2013.– №1.– С. 1-4.– Режим доступу від 23.0. 2013*:* http://www.apriori-journal.ru/seria1/1-2013/Sinyavskaya.pdf. 6. *Слухай Н.В*. Лингвистические аспекты нейминга / Н. Слухай // Філологічні науки: синхронічний та діахронічний аспекти. – Суми: СумДУ, 2009 –. С. 397-405. 7. *Слухай Н.В.* Художественный образ в аспекте лингвистики текста / Н.В. Слухай. – Симферополь : Крым. учебно-педаг. гос. изд-во, 2000. – 92 с. 8. *Соболева Т.А***.** Товарные знаки / Т**.А.** Соболева, А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1986**. –** 176 с.

Теплая О.Н., к. пед. н., доц.,
Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ СОБСТВЕННОГО ИМЕНИ

Охарактеризованы лингвистические особенности создания имени собственного, в частности коммерческой номинации, функции коммерческих названий как языковых единиц. Приведены правила удачного нейминга, важные этапы в создании названия. Рассмотрены алгоритм создания названия нового товара, а также критерии создания удачного коммерческого названия.

Ключевые слова*: имя собственное, коммерческое название, неим, нейминг.*

Tepla O.M., PhD., Associate Professor
National University of Life and Environmental Science of Ukraine, Kyiv

LINGUISTIC ASPECTS OF PROPER NAME CREATION

The linguistic features of proper name creation, especially commercial name, functions of commercial names as linguistic units are characterized. The successful naming rules, important step

in the creation of the name are presented. The algorithm of new product creating and the criteria for creating a successful commercial name are considered.
Keywords: *proper name, commercial name, naming, commercial name.*

УДК 81'373.7 = 512.161

Тищенко К.О., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ *БАТЬКІВЩИНА* В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ЗАРУБІЖНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Стаття присвячена структуризації досвіду опрацювання концепту БАТЬКІВЩИНА в різних лінгвокультурах. У статті досліджуються праці українських і іноземних мовознавців, при цьому особлива увага звертається на когнітивний і лінгвокультурологічний підходи до вивчення зазначеного концепту.
Ключові слова: *концепт, національна концептосфера, лінгвокультура, батьківщина.*

Концепт БАТЬКІВЩИНА пов'язаний із базовими складовими формування як світогляду окремого індивіда, так і суспільства загалом, саме тому він є універсальним. Поняття батьківщини має власне лексичне відображення у кожній мові, проте складові концептосфери та сприйняття батьківщини представниками різних **лінгвокультур** відрізняються.

Наша стаття має на меті аналіз наукового надбання українського та зарубіжного мовознавства у сфері опрацювання концепту БАТЬКІВЩИНА та виділення елементів концептосфери на матеріалі різних мов. У свою чергу, **матеріал** для дослідження склали роботи вчених відповідної тематики.

Актуальність дослідження полягає в структуризації результатів досліджень в українській та іноземних лінгвокультурах, при цьому є сенс зауважити, що, незважаючи на проведення наукових розвідок для кожної окремої мови, праці, які узагальнювали б попередній досвід світової лінгвістики у цьому напрямку, відсутні. У рамках дослідження також проведено паралелі із турецькою лінгвокультурою.

О.С. Кубрякова виділяє чотири принципи, характерні для сучасної лінгвістики: експансіонізм, антропоцентризм, функціоналізм та експланаторність, при цьому дослідниця наголошує, що "інтегруючим фактором", який пов'язує різні концепції, є когнітивізм [10, с. 229]. В.А. Маслова згадує про антропоцентричну парадигму, яка, на її думку, прийшла на зміну порівняльно-історичній та системно-структурній, характеризується переключенням інтересу дослідника з об'єкта на суб'єкт пізнання і охоплює цілий ряд наук антропоцентричної спрямованості, серед яких значне місце посідає когнітивна лінгвістика [12, с. 12].

Власне когнітивна лінгвістика є відносно новим міждисциплінарним підрозділом мовознавства. В. Єванс і М. Грін відзначають, що незадоволення формальними підходами до вивчення мови каталізувало в 1970-х роках лінгвістичну думку, яка

згодом оформилась у зазначений напрям [18, с. 3]. Лінгвістів-когнітивістів цікавлять співвідношення розумових процесів до мови, при цьому вивчаються взаємозв'язки між лінгвістичними та фоновими знаннями і розумінням дійсності, яка оточує мовця. Когнітивна лінгвістика досліджує існуючі у свідомості мовця концепти – комплексні образи, пов'язані із окремими елементами реальності.

У свою чергу, лінгвокультурологію цікавить концепт як одиниця культурного знання. Як відзначає В.А. Маслова, термін *лінгвокультурологія* виник у 1995-х роках завдяки напрацюванням фразеологічної школи під керівництвом В.М. Телії та роботі В.В. Воробйова "Культурологічна парадигма російської мови", при цьому на розвиток зазначеного напрямку вплинули праці О.О. Потебні, М.М. Покровського, Г.В. Степанова, Д.С. Ліхачова, Ю.М. Лотмана, В.Н. Телії тощо, а власне під лінгвокультурологією розуміється наука, що виникла на межі лінгвістики та культурології і яку цікавлять вербалізовані у мові прояви культури народу [13, с. 9].

С.Г. Воркачов стверджує, що концепт БАТЬКІВЩИНА має всі ознаки лінгвокультурного: високу номінативну частотність, емоційність та залучення до лексичних асоціативних зв'язків, при цьому під батьківщиною розуміється комплекс почуттів до країни поза географічним та політичним контекстами [7, с. 28]. Вчений висловлює наступні спостереження: "Інтерес до складових синонімічного ряду "родина", "отчизна" и "отечество" виник не сьогодні: ще академік В.В. Виноградов <…> звернув увагу на вживання цих лексем (див.: Виноградов 1959:221). Проте об'єктом особливої уваги "концепт Patria" (В.Н. Телія) в російській мові стає десь з початку 90-х років минулого століття – з часу розпаду СРСР і становлення лінгвокультурології" [7, с. 29].

На думку К.В. Кулаковської, лінгвокультурологічне дослідження концепту БАТЬКІВЩИНА було започатковане у 1993 р. та пов'язане із виданням збірки із матеріалами міжнародного симпозіуму "Поняття батьківщини в сучасних європейських мовах", який відбувся у Польщі, при цьому в середині 90-х років термін PATRİA набув вжитку у контексті різних мов [11, с. 30].

З.І. Кірнозе виділяє обмежену кількість універсалій, характерних для національних концептосфер: земля, батьківщина, світ, релігія, родина, життя, смерть тощо, при цьому за спостереженнями дослідниці в концепті БАТЬКІВЩИНА (рос. РОДИНА, ОТЕЧЕСТВО) присутній зв'язок із родовим началом та релігійною складовою, пов'язаною із Богом Отцем [9].

В.М. Телія, посилаючись на дослідження С.М. Толстої, характеризує концепт БАТЬКІВЩИНА таким чином: "В основі одного із найдревніших концептів соціально-духовної культури "батьківщина" лежать за даними, які приводить С.М. Толста, прототипи, характерні для народного сприйняття світоустрою тієї землі, на якій люди народжуються, живуть та помирають. Ці прототипи <…> проявляються, на думку С.М. Толстої, в усвідомленні різниці "свій vs чужий" <…> вони укоренилися в глибинному пласті свідомості, якій асоціює сприйняття батьківщини із родом" [15, с. 466].

У контексті зазначеного вище необхідно підкреслити, що концепт БАТЬКІВЩИНА у значенні території народження та проживання є однією із первісних категорій, сформованих під час усвідомлення стародавньою людиною власної сутності, оточуючої дійсності та роду, до якого людина належить, саме з цього випливає імпліцитне

протиставлення “свого” та “чужого” просторів, яке складає один із прошарків концепту. Концепт БАТЬКІВЩИНА є універсальним для різних народів та лінгвокультур, при цьому індивідуальне ставлення до концепту кожного окремого носія культури має різне емоційне забарвлення, лексичне відображення навіть у споріднених мовах може відрізнятися, проте основоположні елементи структури та базові значення (територія народження у вузькому та країна у більш широкому сенсі) залишаються загальними.

У сучасному українському мовознавстві аналізу концепту БАТЬКІВЩИНА приділяється детальна увага. І. Накашидзе коментує соціологічну та ідеологічну значимість батьківщини наступним чином: “У вітчизняній історіографії (Я. Грицак, Я. Дашкевич, Н. Яковенко, О. Духовна-Кравченко, К. Галушко) поняття батьківщини розглядається через призму національної ідентичності, що є ключовим у вивченні витоків української національної ідеї” [4]. О. Духовна-Кравченко, в свою чергу, в рамках дослідження взаємозв’язку патріотизму та національної ідеї у становленні сучасної держави відзначає, що початок наукового опрацювання питання патріотизму було покладено працями таких вчених, як В. Антонович, М. Грушевський, В. Липинський, С. Петлюра тощо, при цьому, за спостереженнями автора, в працях сучасних учених зазначена проблематика також є пріоритетною [2, 2].

Ми пропонуємо звернути увагу на коло саме дослідників-когнітивістів та лінгвокультурологів, які опрацьовували батьківщину як концепт, а не поняття чи складову формування національної ідеї. Відразу привертає увагу той факт, що У.Б. Марчук у дисертації, присвяченій асоціативному потенціалу лінгвокультурних концептів у різносистемних мовах, підтверджує наші спостереження з приводу спільних значень концепту БАТЬКІВЩИНА для окремих мов, наведені вище, оскільки дослідниця, яка проводила порівняльний аналіз зазначеного концепту в англійській, американській, французькій, польській та українській мовах, стверджує таке: “На відміну від концептів ЖІНКА чи МАТИ, концепт БАТЬКІВЩИНА має фактично тотожні дефініції в досліджуваних нами мовах індоєвропейської лінгвокультурної спільноти та реалізується у п’ятьох своїх значеннях, з яких два – основні та спільні для усіх п’яти лінгвокультур” [3, с. 144]. Під загальними значеннями за результатами аналізу У.Б. Марчук мається на увазі “країна стосовно до людей, які народилися в ній” та “місце народження, походження або виникнення чого-небудь” [3, с. 144].

Дозволимо собі порівняння цих значень із дефініціями, які наводяться у тлумачному словнику Турецького лінгвістичного товариства для турецької лексеми *yurt* (принагідно відзначимо, що лексема *vatan* у словнику розкривається через *yurt*)[1]. Привертають увагу такі тлумачення: “країна, земля, на якій живе певний народ із власною культурою” та “місце первісного походження”. Таким чином, базовий шар концепту БАТЬКІВЩИНА у рамках як індоєвропейської, так і тюркської лінгвокультур складається із розуміння батьківщини як місця народження чи походження.

[1] Детально це питання було опрацьовано нами у статті: Концепт VATAN/БАТЬКІВЩИНА в турецькій мові: лексикографічний аспект [Електронний ресурс] / К.О. Тищенко // Мовні і концептуальні картини світу. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/50-2/67.pdf.

Цікавими є спостереження У.Б. Марчук щодо характерних рис та відмінностей у трактуванні концепту БАТЬКІВЩИНА представниками різних лінгвоспільнот: для слов'янської ментальності, в якій дуже чітко виокремлюється протиставлення "своя країна – чужина", концепт БАТЬКІВЩИНА не передбачає сценарію із вибором іншої країни, при цьому характерними рисами концепту є "рідне, своє", проте в структурі концепту БАТЬКІВЩИНА у французькій мові сценарій щодо вибору присутній. У французькому менталітеті БАТЬКІВЩИНА асоціюється із прекрасною дамою, водночас у польській лінгвокультурі лексема *ojczyzna* є елементом важливої з культурологічного погляду тріади БОГ-ЧЕСТЬ-БАТЬКІВЩИНА [3, с. 162].

З. Величко відзначає, що польських науковців цікавлять відмінності між "малою батьківщиною", "приватною батьківщиною", "локальною батьківщиною" та "домом". При цьому дослідниця підкреслює, що в українському науковому обігу відсутнє достатнє опрацювання зазначених вище понять [1, с. 88]. Праця З. Величко присвячена дослідженню концепту "мала батьківщина" у західноукраїнському медіапросторі 20-30 років XX століття.

Різниця між "великою", "малою", "етнічною" та "другою" батьківщиною, до якої людина відчуває культурний зв'язок та почуття приналежності, подається в наукових працях І. Накашидзе [4]. Дослідницю цікавлять проблеми концептуалізації БАТЬКІВЩИНИ та трактування цього концепту представниками української діаспори на прикладі Канади.

О. Кузьменко на матеріалі польових емпіричних даних, зібраних під час наукових експедицій на територію польсько-українського пограниччя, займається визначенням концептуальної структури БАТЬКІВЩИНИ в фольклорних новотворах про виселення. Принагідно дослідниця відзначає, що наукове опрацювання фольклорних творів, які виникли як реакція на стресові події минулого століття, – світові війни, національно-визвольні змагання, репресії радянської влади – отримало бурхливий розвиток впродовж двох останніх десятиліть [5].

Власне, актуалізація концепту БАТЬКІВЩИНА, у тому числі і через концепт УКРАЇНА, вивчалась як у творчості таких відомих митців минулого, що вплинули на формування української національної свідомості, як Тарас Шевченко та Леся Українка, так і у творах українських поетів-неокласиків. Окрім цього, увагу дослідників привертали різні аспекти концепту БАТЬКІВЩИНА – наприклад, у статті Н.Б. Манюх досліджується асоціативний потенціал концепту БАТЬКІВЩИНА у процесі вивчення української мови як іноземної. Проте, незважаючи на опрацювання поняття БАТЬКІВЩИНИ в рамках соціологічних, історіографічних, літературознавчих досліджень та чисельне відображення цього концепту в літературних творах, ґрунтовний мовознавчий аналіз концепту БАТЬКІВЩИНА в українському лінгвопросторі, який спирався би на надбання когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології, відсутній.

У цьому контексті є сенс зауважити, що у зарубіжній лінгвістиці значний внесок у дослідження універсального концепту БАТЬКІВЩИНА із акцентом на російський лінгвопростір зробили Ю.С. Степанов, С.Г. Воркачов, В.М. Телія, І. Сандомирська та С.Г. Тер-Мінасова, яка займалась порівнянням російської і англомовних концептосфер. Безперечним є наукове надбання польського вченого Є. Бартмінського, який

ретельно опрацював концепцію БАТЬКІВЩИНИ в контексті слов'янських мов та культур. Ґрунтовним порівнянням концепту БАТЬКІВЩИНА в німецькій (*Heimat, Vaterland*) та польській (*ojczyzna*) мовах із коротким екскурсом до російської мови займалась А. Вежбицька.

Є. Бартмінський спостерігає різноманіття відображення латинського поняття БАТЬКІВЩИНИ в певних мовах: *patria* в італійській та іспанській, *patrie* у французькій, *fatherland, motherland, homeland* в англійській, *Vaterland, Heimat* у німецькій, *ojczyzna* в польській, *отечество, родина* в російській, при цьому вчений спирається на результати дослідження С.М. Толстой, за якими міфологічна концептуалізація власного простору у процесі історії трансформується на соціально-політичне сприйняття власної землі та народу у протиставленні до чужини [6]. Учений, аналізуючи цінності польської культури, робить такий висновок: "Набір цінностей, важливих для польської культури, є невеликим, при цьому ці цінності значною мірою є спільними із іншими культурами, можливо – це універсальні цінності; про національний характер всього набору свідчить, по-перше, невелика кількість специфічно польських цінностей (ЧЕСТЬ "HONOR", БАТЬКІВЩИНА "OJCZYZNA", НЕЗАЛЕЖНІСТЬ, СОЛІДАРНІСТЬ…), по друге – їх ранг, який в інших культурах є вищим чи нижчим, по третє – своєрідний спосіб їх інтерпретації" [6].

А. Вежбицька у цьому контексті робить дуже важливе зауваження: "Оскільки багато мов, особливо європейські мови, мають слова-позначення для рідної країни, можна припустити, що концепції, втілені у цих словах, виходять за межі мови. Насправді ж слова, які, схоже, відповідають цьому опису, помітно відрізняються одне від одного, пропонуючи цінну інформацію щодо різних національних традицій і історичних досвідів" [19, с. 156]. Цікавими є знахідки вченої щодо характерних рис двох лексем, якими вербалізується концепт БАТЬКІВЩИНА в німецькій мові: якщо під *Heimat* розуміється певна територія чи місце, яке завжди пов'язане із індивідуальним людським досвідом, то лексема *Vaterland* описує власне країну, яку люблять, цінують і захищають [19, с. 163]. Щодо польської мови, то обом лексемам, через які БАТЬКІВЩИНА вербалізується у німецькій, відповідає лексема *ojczyzna*, яка має схожі риси із *Heimat* у контексті емоційного зв'язку, і перекликається із *Vaterland* прив'язками до нації та народу, проте загалом наповнення концепту в польській мові відрізняється від німецького (у тому числі елементами національної свободи та незалежності) [19, с. 178, 185]. Подальше дослідження показує, що у польській мові лексема *ojczyzna* містить ідентифікацію із історією та традиціями власної країни та не має особисто-емоційної орієнтації, лексема *родина* в російській мові, у свою чергу, розглядається у контексті саме емоційного зв'язку із країною та мовою поза історичними екскурсами, при цьому використання прикметника *родной* для опису споріднених зв'язків дає підставу проводити аналогію між батьківщиною та матір'ю [19, с. 195].

Ю.С. Степанов у книзі "Константи: словник російської культури" ретельно опрацював основоположні культурні концепти, серед яких він виділив пов'язаний із батьківщиною концепт РІДНА ЗЕМЛЯ та визначив компоненти зазначеного концепту на прикладі цитати М.М. Прішвіна. Так, за Ю.С. Степановим концепт *рідна земля* в російській лінгвокультурі складається із наступних елементів: "а) "біль" за свою

землю, б) "природне багатство" в) власне земля, г) рідна людина, д) природа, увінчана е) рідне слово" [14, с. 170].

Важливими із нашої точки зору є ідеї, висловлені В.Н. Телією у відповідь на виділення Ю.С. Степановим не концепту БАТЬКІВЩИНА у цілому, а саме концепту РІДНА ЗЕМЛЯ як константи культури. Так, дослідниця, спираючись на дефініції, які Ю.С. Степанов надав константам культури, продемонструвала архетипічно зумовлену різницю між концептами, які є частиною концептосфери *patria* та мають актуальність як для мови, так і для культури: "батьківщина 1" – "мала батьківщина", та "батьківщина 2" – "велика батьківщина". Аналіз фразеологічних прошарків, пов'язаних із зазначеними концептами, виявив, що РІДНА ЗЕМЛЯ є базовим елементом структури концепту "батьківщина 1", характерного для повсякденної свідомості. У цьому контексті В.Н. Телія зауважує таке: "Батьківщина 1" – це кровно-родинний, "рідний" мікросвіт із його орієнтацією на "власний" простір. Цей мікросвіт протиставлений іншим орієнтацією на власне особисту, інтерперсональну сферу сприйняття цього простору, який Х вважає "власною землею" [16, с. 414]. Проте "батьківщина 2", за даними дослідниці, має не персональний, а соціально-політичний характер та містить такі неперсоніфіковані елементи, як народ та громадянин, при цьому "константа "рідна земля" домінує тільки над тими частинами концепту "батьківщина 2", у фокусі яких є просторова локалізація" [16, с. 416].

Проводячи паралелі із турецькою мовою, звернемося до лексичного відображення концепту БАТЬКІВЩИНА через лексеми *yurt, memleket* та *vatan*. У нашій статті, присвяченій лексикографічному аспекту концепту БАТЬКІВЩИНА в турецькій мові, ми дослідили дефініції, що надаються тлумачним словником Турецького лінгвістичного товариства для всіх лексем, зазначених вище. Інтерес викликають такі паралелі: першим значенням як для *yurt,* так і для *memleket* та *vatan* є батьківщина як країна, де проживає певний народ із власною культурою та традиціями; всі три лексеми використовуються також для позначення місця народження, проте в інтерпретаційному полі *yurt* та *memleket* присутнє розуміння цих концептів через "рідний край", тобто малу батьківщину із емоційною прив'язкою до рідної землі. Ми схильні вважати, що лексема *vatan* відповідає "батьківщині 2" із соціально та політично маркованим сприйняттям концепту – наразі триває дослідження вербалізації концепту БАТЬКІВЩИНА в мемуарах засновника сучасної Турецької Республіки Мустафи Кемаля Ататюрка, яке підтверджує нашу думку. Наведемо деякі приклади: *Osmanlı vatanının parçalanacağı tehlikesi (загроза, що османську батьківщину буде розділено)* [17, с. 2], *ulusa ve vatana borçlu olduğumuz bu son vicdan görevi (цей останній борг совісті перед народом та батьківщиною)* [17, с. 11], *vatanın ana toprakları (основні землі батьківщини)* [17, с. 18], *ulusal sınırlar içinde bulunan vatanın bütün kısımları bir bütündür (всі землі батьківщини, що знаходяться у національних межах, є неподільними)* [17, с. 43]. Із прикладів видно, що інтерпретаційне поле концепту БАТЬКІВЩИНА, вербалізованого через *vatan*, має соціально-політичний характер.

У рамках тюркологічних досліджень концепт БАТЬКІВЩИНА отримав часткове опрацювання: М.М. Содномпілова присвятила наукові розробки концепту БАТЬКІВЩИНА в культурі монгольських народів, А.В. Роденко та Ш. Шакірджанова

дослідили туркменські прислів'я, О.О. Бєлокуров розглядав батьківщину як естетичну категорію в традиційній і сучасній художній культурі народів Алтаю, Д.Ц. Бороноєва висвітлила уявлення про батьківщину серед бурятських діаспор у Монголії, Г.М. Давлетшин та Ю.А. Зеленеєв звернули увагу на уявлення про батьківщину та рідну землю у тюрко-татар, висловлюючи наступні спостереження: "У світогляді древніх тюрків із простором тісно пов'язане поняття батьківщина – це опанований простір, норма, серединний світ, зручний для життя світ, вічність" [8, с. 41].

Для комплексного розуміння історичної еволюції концепту БАТЬКІВЩИНА у тюркських народів вважаємо доцільним у рамках подальшого дослідження опрацювати міфологічні корені та архетипічні уявлення щодо концепту БАТЬКІВЩИНА у стародавніх тюрків.

У якості підсумка зауважимо, що концепту БАТЬКІВЩИНА як в українській, так і у закордонній лінгвістиці приділяється увага, проте концептуальний аналіз БАТЬКІВЩИНИ в українському лінгвопросторі відсутній. Завдяки науковим надбанням зарубіжного мовознавства в структурі концепту БАТЬКІВЩИНА можна виділити як загальні, так і етноспецифічні риси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Величко З.* До поняття "малої батьківщини": рецепція західноукраїнських публіцистів 20–30-х років XX століття / З. Величко. // Вісник Львів. ун-ту. – Львів, 2011. – №34. – С. 87–93. 2. *Духовна-Кравченко О.С.* Взаємозв'язок патріотизму та національної ідеї у становленні сучасної держави : дис. канд. філос. наук : 09.00.03 / Духовна-Кравченко О.С. – Запоріжжя, 2012. – 214 с. 3. *Марчук У.Б.* Асоціативний потенціал лінгвокультурних концептів у різносистемних мовах : дис. канд. філ. наук : 10.02.15 / Марчук У.Б. – Івано-Франківськ, 2009. – 233 с. 4. *Накашидзе І.* Концепція батьківщини в еміграційній літературі: теоретико-методологічні засади. [Електронний ресурс] / І. Накашидзе. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://drohobych.net/youngsc/AQGS/2016_15/251-_Накашидзе.pdf. 5. *Кузьменко О.* Концепт батьківщина у парадигмі художніх образів простору в фольклорних новотворах про виселення [Електронний ресурс] / О. Кузьменко. – Режим доступу до ресурсу: http://philology.knu.ua/files/library/folklore/34/30.pdf. 6. *Бартминський Е.* Какие ценности участвуют в формировании языковой картины мира славян? [Електронний ресурс] / Е. Бартминський – Режим доступу до ресурсу: http://www.rastko.rs/rastko/delo/13522. 7. *Воркачев С.Г.* Слово «Родина»: значимостная составляющая лингвоконцепта / С.Г. Воркачев // Язык, коммуникация и социальная среда: сб. научн. трудов под ред. В.Б. Кашкина. – Воронеж: ВГУ, 2006. – №4. – С. 26–36. 8. *Давлетшин Г.М.* Представления о родине и родной земле у тюрко-татар / Г.М. Давлетшин, Ю.А. Зеленеев. // ВЕСТНИК КАЗГУКИ. – 2015. – №4. – С. 40–44. 9. *Кирнозе З.И.* Введение и Заключение к разделу «Национальная концептосфера» [Електронний ресурс] / З.И. Кирнозе // Межкультурная коммуникация. Учебное пособие. – Режим доступу до ресурсу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/02.php. 10. *Кубрякова Е.С.* Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е.С. Кубрякова // Язык и наука конца 20 века. – М.: ИЯ РАН, 1995. – С. 144-238. 11. *Кулаковская К.В.* Концепт HEIMAT в диалектной картине мира российских немцев Томской области : дис. канд. фил. наук / Кулаковская К.В. – Барнаул, 2014. – 263 с. 12. *Маслова В.А.* Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / В.А. Маслова. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 272 с. 13. *Маслова В.А.* Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М: Издательский центр «Академия», 2001. –

208 с. 14. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. / Ю.С. Степанов. – М: Школа “Языки русской культуры”, 1997. – 824 с. 15. *Телия В.Н.* Рефлексы архетипов сознания в культурном концепте «родина» / В.Н. Телия. // Славянские Этюды. Сборник к юбилею С.М. Толстой. – М.: Издательство «Индрик», 1999. – С. 466-477. 16. *Телия В.Н.* Концептообразующая флуктация константы культуры «родная земля» в наименовании «родина» / В.Н. Телия // Язык и культура. Факты и ценности. К 70-летию Ю.С. Степанова. / В.Н. Телия. – М: Языки славянской культуры, 2001. – С. 409–421. 17. *Atatürk M.K.* Gençler İçin Fotoğraflarla Nutuk / Atatürk. – İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2010. – 599 с. 18. *Evans V.* Cognitive linguistics. An introduction. / V. Evans, M. Green. – Edinburgh: Edinburg University Press, 2006. – 830 с. 19. *Wierzbicka A.* Understanding Cultures through Their Key Words / Wierzbicka. – New York: Oxford Univercity Press, 1997. – 824 с.

Тищенко К.А., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЦЕПТА РОДИНА В УКРАИНСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Статья посвящена структуризации опыта исследования концепта РОДИНА в разных лингвокультурах. В статье исследуются работы украинских и зарубежных языковедов, при этом особое внимание уделяется когнитивному и лингвокультурологическому подходам к изучению упомянутого концепта.

Ключевые слова: *концепт, национальная концептосфера, лингвокультура, родина.*

Tyschenko K.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THEORETICAL STUDIES OF THE CONCEPT OF HOMELAND IN UKRAINIAN AND FOREIGN LINGUISTICS

The article deals with structuring of the research experience of the concept of HOMELAND in various language cultures. Scientific works of Ukrainian and foreign linguists have been studies while paying special attention to cognitive and lingvocultural approaches to the research of the mentioned concept.

Keywords: *concept, national conceptosphere, lingvoculture, homeland.*

УДК 821.111: 82- 3132

Трищенко І.В., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУЧАСНОЇ АНТИУТОПІЇ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ А. СМЕЙЛ «ДЗВОНИ»)

Стаття присвячена дослідженню лінгвостилістичних особливостей сучасної англомовної антиутопії на матеріалі роману А. Смейл «Дзвони». Зокрема аналізуються експресивні мовні засоби, тематичне наповнення роману, специфіка оповіді та гендерний аспект.

Ключові слова*: антиутопія, суспільна пам'ять, музична термінологія, оказіональні утворення, оповідь, гендерний аспект.*

З античних часів людина прагнула зазирнути за обрій, передбачити шляхи розвитку та форми майбутнього існування людської цивілізації. Спочатку це прагнення знайшло вираження в ідеалізації майбутнього в таких творах, як «Утопія» Т. Мора, «Місто Сонця» Т. Кампанелли та інших. Але в процесі цивілізаційного розвитку завдяки цілій низці факторів ідеалістичне бачення майбутнього почало змінюватися апокаліптичним. Передові мислителі і письменники, які усвідомлювали негативні тенденції розвитку сучасного їм суспільства, намагалися застерегти світових лідерів та пересічних громадян проти фатальних помилок і катастрофічних наслідків їхньої діяльності. Будучи талановитими і творчими особистостями, вони висловлювали свої застереження не в формі банальних закликів чи агіток, а в художніх творах і образах. В результаті такої творчості з'явився жанр роману – антиутопії.

Вперше цей термін вжив британський філософ і економіст Джон Стюарт Мілль 1868 року. Проте на думку багатьох дослідників пік розквіту цього жанру припав на XX століття, яке позначене карколомними суспільними змінами, масштабними війнами і конфліктами, стрімким розвитком науки і техніки, глобалізацією і грандіозною міграцією населення.

Літературознавчий словник-довідник визначає антиутопію як «зображення у художній літературі небезпечних наслідків з експериментуванням над людством задля його «поліпшення», певних, часто принадних соціальних ідеалів. А може трактуватись і як заперечення утопічних прожектів, якими захоплювалися Т. Мор, Ф. Бекон, Т. Кампанелла, К. Маркс, В. Ленін та ін.» [1, с. 48]. Дослідниця А. Латиніна вважає: «… якщо утопія малює дійсність такою, якою вона хоче її бачити, то антиутопія - ідеал таким, яким він втілений у дійсності» [2, с. 179]. Деякі науковці розрізняють власне-антиутопію і дистопію. В. Чалікова наступним чином характеризує ці жанрові різновиди: «Що ненависне авторові: міф про майбутній рай і сам цей рай як ворожий особистості (антиутопія) чи сьогоднішнє пекло, яке лише продовжиться і посилиться в майбутньому (дистопія)» [3, с. 10]. В англомовному середовищі, як нам здається, уживаним є термін «дистопія». В даній статті ми будемо користуватися терміном «антиутопія».

Культові романи «1984» Дж. Оруела, «Чудовий новий світ» О. Хакслі, «Механічний апельсин» Е. Берджесса, які належать до класики жанру, написані британськими авторами. Їх сучасні колеги гідно продовжують цю традицію.

Нашу увагу привернула антиутопія «Дзвони» Анни Смейл, яка вийшла з друку у 2015 році [4]. А. Смейл є скрипалькою із класичною освітою та поеткою, вірші якої друкуються. «Дзвони» є її дебютом у прозі. Даний роман був високо оцінений критиками та колегами. Він потрапив до довгого списку Букерівської премії 2015 року. В ньому можна виокремити як класичні елементи антиутопії, так і деякі своєрідні риси.

Події роману розгортаються в альтернативному Лондоні та Оксфорді. Більшість людей знаходяться на межі зубожіння та докладають всіляких зусиль, щоб дістати продукти харчування. Тоталітарний контроль над населенням здійснює Орден, члени якого є елітарною кастою суспільства. Цей контроль здійснюється за допомогою величезного музичного інструмента **Carillon** (підбір дзвонів), звуки якого мають руйнівний вплив на розумову діяльність людей і їх фізичний стан. Члени Ордену налаштовують звучання інструмента таким чином, що воно призводить до поступового знищення людської пам'яті. В такий спосіб вони промивають мізки людей і нав'язують всім вигідну їм версію подій минулого (**Onestory**), приховуючи правду про їхню ганебну участь у цих подіях. Писемність та спогади заборонені. Влада насаджує примусову суспільну амнезію. Люди змушені орієнтуватися в просторі, щось запам'ятовувати чи передавати інформацію за допомогою певного набору звуків, своєрідного сольфеджіо.

В лексичному плані роман насичений музичними термінами походженням з латини на позначення темпів, гучності звучання і т.п. (*subito, lento, presto,forte,piano, adagio, cantabile,staccato, arpeggio, da capo al fine, tacet*). Дана лексика вживається для опису різних місць, частин міста, річки Темзи, дій та рухів героїв, їх відчуттів і переживань. Наприклад: '*Is there solfege for the word of what I feel? There are hand movements for harmony, accord, consonance. Could it be told in music by a longing in a scale? The urge of the seventh to rise to its octave, the fourth to its dominant? I think of an urgent minor key, of dissonance resolving into sweetness, but it doesn't really get close to the feeling. Those things are in it, but it is more complicated, less ordered, harder to understand*.' [4, с. 105]

На початку книги авторка подає діаграми різних тональностей. Як бачимо, дається взнаки її перша спеціальність. Привертає увагу авторське новоутворення «**blasphony**», яке походить від слів «blasphemy» - богохульство, єресь та «phone» - звук. У романі воно вживається на позначення інакомислення, сумнівів у тому, що нав'язують суспільству члени правлячого Ордену. Це слово є синонімом добре відомому нам утворенню «doublethink » з культового роману Дж. Орвелла «1984».

Окрім широкого вживання музичної термінології, авторка створює оказіоналізми, пов'язані з семантичним полем «пам'ять», наприклад: *memorylost, objectmemories, bodymemory*. Тема пам'яті є однією з провідних у романі. Авторка наголошує на важливості як індивідуальних спогадів окремої людини, так і суспільної історичної пам'яті для збереження культурної спадщини, демократичних засад існуючої цивілізації та протидії тоталітаризму, пригніченню людської особистості.

Розвиваючи тему суспільної історичної пам'яті, письменниця створює персонажі, які намагаються протидіяти тоталітарному устрою суспільства та примусовій амнезії. Вони мають здібність зберігати не тільки свої, але й чужі спогади. Люди

передають їм свої спогади на збереження. Дані персонажі об'єднуються в **Гільдію Круків** (**Ravensguild**). Влада намагається їх вислідити та знищити. Як нам здається, тут авторка звертається до культового британського міфу. Британія буде існувати як держава, аж поки не зникнуть круки, які мешкають в Тауері. Ось чому гільдія борців з тоталітарною владою має таку назву. В гімні цієї гільдії згадуються такі імена круків Gwillum, Cedric, Thor, Odin, Hardy, Huginn, Muninn. Декілька з них співпадають із іменами круків, які живуть в Тауері в наш час. Письменниця також залучає германо-скандинавську міфологію. Одін і Тор є іменами богів з даної міфології. А Хугін і Мунін в германо-скандинавській міфології є парою круків , які літають по всьому світу і потім повідомляють богу Одіну про події. Їх роль пов'язана зі спільною символікою германських народів, що зображають крука джерелом прихованих знань, уособленням мудрості і довголіття. У давньоісландській мові Хугін означає «думка», а Мунін – «пам'ять». Згадане вище ім'я Cedric було вигадано В. Скотом в романі «Айвенго» і походить від імені англосаксонського короля 6-ого століття Cerdic. Цікавим є те, що величезний інструмент у романі негативно впливає не тільки на людей, але й на птахів. Його постійне звучання призвело до зникнення птахів. У романі також бачимо цитати з усім відомих і вже не одне століття популярних у Британії дитячих віршиків «London Bridge is Falling Down», «Simple Simon», «Sing a Song of Sixpence». Вони теж є складовою культурної спадщини і традицій Британії. Авторка вкладає їх у вуста Мері, однієї з небагатьох членів Гільдії Круків, що залишилася в живих.

Ще однією значущою складовою цього твору є тема води, зокрема річки Темзи як уособлення британськості, свідка багатьох історичних подій. Для героїв роману ріка є схованкою, захисницею, джерелом заробітку. Вони заробляють на харчування видобутком з Темзи та продажем палладію. Він потрібен для ремонту та підтримки звучання Carillon. Даний інструмент складається з великої кількості різних труб саме з цього металу. На нашу думку, за асоціацією із дерев'яним зображенням Афіни Паллади – уособленням непереможності Трої, в аналізованому романі Палладій в деякій мірі символізує нездоланність музичного монстра. Рікою герої роману дістаються Оксфорда, де знаходиться Цитадель, за мурами якої проживають магістри та члени правлячого Ордену і розташований інструмент пригнічення людської пам'яті, гідності і свободи.

Головними героями роману є два молодих представника чоловічої статі. Як з'ясовується в ході розвитку подій, їхня зустріч на початку роману не є випадковою. Батьки старшого з них, Люсьєна, належать до членів Ордену. В дитинстві він жив з батьками в Цитаделі. Але його мати, усвідомлюючи несправедливість існуючого суспільного ладу, таємно відсилає сина з Цитаделі та оголошує померлим. Вона прагне, щоб син побачив, як бідують звичайні люди і з часом почав діяти проти влади.

Оповідачем у романі є Саймон, молодший із героїв. Це означає, що події описуються від 1-ї особи. Така форма оповіді наближує героїв до читача. Ми маємо можливість заглибитись у внутрішній світ героя, краще розуміти хід його думок і емоційний стан у певних ситуаціях. Чергування опису сучасних подій зі спогадами Саймона урізноманітнює оповідь і додає їй переконливості. Саймон рано втратив батьків, але він успадкував від матері здібність запам'ятовувати події і зберігати різні

спогади. Його мати була членом Гільдії Воронів і померла від хвороби, спричиненої звучанням музичного монстра. На початку роману Саймон своїх здібностей ще не усвідомлює. Але їх добре розуміє Люсьєн, коли зустрічає його. Він починає розвивати вказані здібності хлопця, а також згодом розповідає про себе, існуючу несправедливість і свої наміри зруйнувати Цитадель і ненависний інструмент. Поступово, як і для Саймона, для читача вимальовується жахлива картина руйнації суспільної історичної пам'яті, придушення свободи слова і мислення, знищення інакомислячих, благополучного життя окремої групи людей за рахунок введення в оману і тоталітарного контролю над всіма іншими.

Долаючи перешкоди і переслідування, герої врешті-решт досягають своєї мети: потрапляють до Цитаделі і руйнують інструмент тоталітарного контролю над людьми та їх перетворення на істот без роду і племені. Але тут хотілося б зупинитися на ролі жіночих персонажів роману. Без їх активної допомоги та жертовності герої навряд чи здійснили б задумане. Так, мати Люсьєна виводить його з Цитаделі, а згодом перед своєю смертю надсилає йому звістку про те, що час діяти. Мати Саймона передає йому свої знання і розвиває його пам'ять. Мері – одна з небагатьох членів Гільдії Воронів, яка залишилася в живих, – надає героям певну інформацію. Няня Люсьєна і помічниця його матері Марта, яка також є членом Гільдії Воронів, проводить юнаків до Цитаделі, ризикуючи життям. Коли Люсьєна і Саймона намагаються схопити представники Ордену на шляху до серцевини музичного монстра, вона відволікає увагу на себе. Після допитів її страчують. Сестра Люсьєна Софія, яка жила в Цитаделі, теж підтримує брата. У вирішальний момент вона жертвує своїм життям заради того, щоб брат і його товариш виконали свою благородну місію : повернули людям пам'ять і нормальне життя.

Хотілося б ще звернути увагу на гендерний аспект романів-антиутопій. У декількох романах даного жанру, написаних чоловіками, протест проти тоталітарного суспільства виражається в коханні головного героя до жінки, їх сексуальних стосунках. В романі «Дзвони» для авторки більш важливими у боротьбі з тоталітаризмом є родинні стосунки як між різними поколіннями (батьки-діти), так і в межах одного покоління (брати-сестри). Хоча вона дає нам зрозуміти, що наприкінці роману стосунки між Люсьєном і Саймоном починають переростати у щось більше, ніж просто дружба. Проте авторка не педалює цю тему.

Таким чином у результаті проведеного дослідження можемо стверджувати, що роман А. Смейл «Дзвони» безперечно належить до жанру антиутопії. В ньому присутні всі належні складові. Оригінальним є те, що засобом тоталітарного контролю та пригнічення людської особистості виступає музика і специфічний музичний інструмент. Це ще раз переконує нас у тому, що навіть найпозитивніше явище чи ідея можуть мати непередбачувані наслідки і перетворитися на протилежне, стати руйнівними для людства. Вибрана авторкою концепція спричиняє широке вживання музичної термінології та звукових асоціацій для опису подій і характеристики персонажів.

На відміну від антиутопій, написаних чоловіками, А. Смейл надає більшого значення родинним зв'язкам і стосункам, ніж сексуальним. Гендерний вимір у романі

знаходить вираження в активній ролі жіночих персонажів. У ключові моменти вони всіма силами підтримують головних героїв-чоловіків.

Провідною в романі є дуже актуальна в наш час тема суспільно – історичної і родинної пам'яті, збереження культурної спадщини для наступних поколінь. За допомогою виразних художніх засобів авторка нагадує всім нам, що без минулого немає майбутнього. Для цього вона, зокрема, звертається як до традиційних елементів британської культури, так і до германо-скандинавської міфології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Літературознавчий словник-довідник*. Друге видання виправлене, доповнене; за ред. Р. Гром'яка, Ю. Коваліва, В. Теремко. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2007. – 753 с. 2. *Латынина Ю*. В ожидании Золотого Века: от сказки к антиутопии / Октябрь. – 1989. – № 6. – С. 178–185. 3. *Утопия и утопическое мышление*: антология зарубежн., лит.: Пер. с разн. яз. / Сост., общ. ред. и предисл. В.А. Чаликовой.– М.: Прогресс, 1991.- 405 с. 4. *Smaill A*. The Chimes. – London:.Sceptre, 2015. – 189 p.

Трищенко И.В., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ им. Т. Шевченко, Киев

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОВРЕМЕННОЙ АНТИУТОПИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А. СМЕЙЛ «КОЛОКОЛА»)

Статья посвящена исследованию лингвостилистических особенностей современной англоязычной антиутопии на материале романа А. Смейл «Колокола». В частности анализируются языковые экспрессивные средства, тематическое наполнение романа, специфика повествования, гендерный аспект.

Ключевые слова*: антиутопия, общественная память, музыкальная терминология, окказиональные образования, повествование, гендерный аспект.*

Tryshchenko I.V., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

STYLISTIC CHARACTERISTICS OF MODERN DYSTOPIA (BASED ON THE NOVEL 'THE CHIMES' BY A. SMAILL)

The paper is devoted to the study of linguistic and stylistic characteristics of modern British dystopia based on the novel 'The Chimes' by A. Smaill. Expressive language means, key themes of the novel, specifics of the narrative and gender aspect are analyzed in particular.

Keywords*: dystopia, communal memory, musical terminology, nonce words, narrative, gender aspect.*

УДК81’32.2.25

Фокін С.Б., к. філол. н., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЗАСОБИ АВТОМАТИЗОВАНОГО ЗБАГАЧЕННЯ КОМП’ЮТЕРНОЇ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ПАМ’ЯТІ

У статті розглядається алгоритм розробленої автором програми, що дозволяє збагачувати комп’ютерну перекладацьку пам’ять і, відтак, поліпшувати якість машинного перекладу; збагачення перекладацької пам’яті передбачає збільшення кількості потенційних еквівалентів речень, словосполучень та нетермінологічих лексичних одиниць. У той час як більшість сучасних програм спрямовані на укладання перекладацької пам’яті з цілих речень, а також термінологічної бази даних, при цьому проміжна ланка (частини складних речень, нетермінологічні сталі словосполучення) в роботі програми машинного перекладу залишаються незадіяними.

Ключові слова: *автоматична вибірка, терміни, комп’ютерний переклад, алгоритм, закономірні відповідники.*

Дедалі більшого поширення набувають програми, що автоматично опрацьовують текстові масиви, укладають глосарії, генерують словники, здійснюють вибірку термінів. Це й різноманітні конкорданси, лексикографічні онлайн-ресурси тощо. Приміром, «Електронний словник мови Тараса Шевченка» [1], «Словник порівнянь Юрія Андруховича та Оксани Забужко» [2] та інші. Переважно автоматичними на сьогодні є частотні словники, до прикладу, Іспанська королівська академія мови надає можливість на сайті згенерувати список з 1000, 5000, 10000 найчастотніших словоформ [3]. У свою чергу програми перекладу дедалі поліпшують свою якість, хоча й залишають бажати кращого. Розглянемо два приклади:

(1) Todos los Miembros de las Naciones Unidas son ipso facto partes en el Estatuto de la Corte Internacional de Justicia. Un Estado que no sea Miembro de las Naciones Unidas podrá llegar a ser parte en el Estatuto de la Corte Internacional de Justicia, de acuerdo con las condiciones que determine en cada caso la Asamblea General a recomendación del Consejo de Seguridad. [4]

Всі члени Організації Об’єднаних Націй є в силу самого факту учасниками Статуту Міжнародного Суду. Держава, яка не є членом Організації Об’єднаних Націй, може стати учасницею Статуту Міжнародного Суду, відповідно до умов, визначених у кожному випадку Генеральна Асамблея за рекомендацією Ради Безпеки [Переклад Google Translate].

(2) Y en prueba de conformidad y aceptación, firman el presente document por duplicado ejemplar y a un solo efecto, en el lugar y fecha al principio indicados [з договору].

І в тестуванні відповідності та приймання, підписали цей документ у двох примірниках і один ефект, в тому місці і зазначеної дати [Переклад Google Translate].

Як видно з прикладів, широко відомі документи, які перекладені багатьма мовами світу, очевидно, вже потрапили до перекладацької пам’яті. Перший фрагмент, за винятком одного порушення відмінка, перекладено майже бездоганно. Натомість

другий приклад у перекладі виявляється не лише неузгодженим, граматично некоректним, а й навіть приблизно незрозумілим. Отже, резерви для вдосконалення машинного перекладу ще безсумнівно наявні.

Переважна більшість сучасних програм машинного перекладу працює на основі використання так званої перекладацької пам'яті – масиву оригіналів і перекладів, звідки комп'ютер підбирає еквіваленти. Якщо речення оригіналу збігається з наявним у пам'яті більш, ніж на 70%, користувачу програми пропонується переклад, що зберігається в перекладацькій пам'яті. Втім, 70% збігу не означає збіг 70% слів. Скажімо, одне переставлене на іншу позицію слово може знизити ступінь збігу одразу до 70%. Певна річ, половина речення або ж словосполучення, різного роду звороти (дієприкметникові, інфінітивні), окремо підрядні й головні речення при цьому залишаються програмою поза увагою. Якщо у складному реченні буде збігатися з перекладацькою пам'яттю тільки словосполучення чи одне з підрядних речень, програмою машинного перекладу такий збіг буде знехтуваний як такий, що становить менше 70% (або значно менше). Можна навіть припустити, що надто ускладнене речення, скажімо, з одним головним і трьома підрядними, майже ніколи не повториться в різних текстах, і в перекладацькій пам'яті буде лише займати обсяг, тобто, фактично, не бути корисним. Звичайно, було б добре, якби в перекладацькій пам'яті містилися і фрагменти дрібніші, ніж речення, адже речення можуть виявитися надзвичайно масштабними. Отже, пропонуємо алгоритм збагачення перекладацької пам'яті шляхом її розбиття на еквіваленти дрібніші, ніж пунктуаційно оформлені речення.

Тому, на наш погляд, одним із перспективних напрямків поліпшення систем машинного перекладу може стати збагачення перекладацької пам'яті на основі уже наявних перекладних фрагментів. Відтак, мета статті – представити в загальних рисах алгоритм програми (уже наявної), здатної автоматизувати цю роботу.

Питання розширення перекладацької пам'яті вже давно на часі. Частково цю функцію виконує термінологічна база даних, що вбудовується в більшість таких програм. У свою чергу, термінологічна база даних може бути скомпільована автоматично. Програми автоматизованої вибірки термінів (англійською – «term-extractors") у своїй більшості одномовні, однак існують і двомовні, які здатні вибирати еквіваленти термінів із паралельних (або псевдопаралельних) вирівняних текстів, тобто, фактично укладати двомовний словник. Під паралельними текстами маються на увазі оригінал і переклад. Вирівняним текстом у програмах машинного перекладу називається такий текст, який оформлений у базу даних, де проти комірки фрагмента перекладу розташований еквівалентний фрагмент оригіналу (найчастіше – речення). Не зустрічалися нам програми, що здатні здійснювати вибірку еквівалентних термінів із невирівняних текстів. Серед двомовних програм вибірки термінів, що працюють з уже укладеною перекладацькою пам'яттю, слід назвати *Arraya Term Extractor, Multi Term Extract (SDL), Promt Terminology Manager*; усі названі програми платні. Укладання двомовних термінологічних глосаріїв корисне не стільки з погляду публікації словників, скільки для збагачення комп'ютерної перекладацької пам'яті. Для публікації словника цей матеріал надто сирий: потрібна ретельна перевірка синонімів, можливих контекстів уживання. Натомість для перекладача, що працює у вузькоспеціалізованій

галузі, звичні перекладацькі еквіваленти *ad hoc* будуть надзвичайно корисні. У такий спосіб, вибрані терміни поповнюють термінологічну базу даних проекту, і при наступному запуску програма пропонуватиме для них еквіваленти автоматично.

Розробники програм машинного перекладу подбали про дрібні фрагменти теж: такі популярні знаряддя, як *Trados, Déjà Vu*, дозволяють інтегрувати дво- та багатомовні термінологічні бази даних. Це означає, що програма машинного перекладу вже на початковому етапі виявить у тексті оригіналу терміни й запропонує для них переклади. Позаяк загальною тенденцією термінології є наявність одно-однозначних еквівалентів, можна сподіватися, що запропоновані переклади для термінів будуть часто безпомилковими. Винятками стануть справді багатозначні терміни, не сприйняті складні (дво-, трикомпонентні), а також нетермінологічна лексика, які в іншій галузі могли б виявитися терміном.

На наш погляд, цей, безумовно, конструктивний підхід дуже перспективний. Однак при ньому нехтується проміжна ланка: виходячи з теорії закономірних відповідників (Я.Й. Рецкер), закономірними відповідниками, еквівалентами при перекладі можуть виступати не лише терміни. Чимало клішованих виразів, словосполучень, зв'язкових та вставних слів і виразів, конструкцій, ідіом можуть мати доволі сталі відповідники, і при цьому не потрапляти до перекладацької пам'яті. Певна річ, ідеться не про те, щоб завантажувати до перекладацької пам'яті словник ідіом чи кліше, хоча і це може певним чином поліпшити якість перекладів, оскільки навіть суто навмання деякі завантажені вирази можуть-таки трапитись у тексті. Але оскільки основна ідея перекладацької пам'яті ґрунтується на наявності збігів при перекладі великої кількості однотипних текстів чітко визначеної тематики, жанру, стилю, навіть автора й адресата, то й відповідно словники закономірних відповідників необхідно укладати *ad hoc*, для заданої категорії текстів. Безперечно, для укладання комп'ютерного словника "на один проект" застосовуватиметься відповідно спрощений підхід. Адже укладання словника лише заради одного замовлення виявляється нераціональним з погляду використання людських ресурсів і, відповідно, у фінансовому плані. Таким чином, необхідна розробка програми, яка буде здійснювати вибірку закономірних двомовних відповідників для текстів заданого типу, теми, стилю, жанру, автора, замовника тощо. Традиційні програми вибірки термінів для цього не підходять, адже закономірні відповідники – не лише терміни. Автор статті дозволив собі здійснити спробу розробити власну програму, оскільки в будь-якому разі актуальним видається опробування нового алгоритму; поза тим, відомі програми надто коштовні й, відтак, недоступні для перекладачів, викладачів перекладу.

Програми вибірки закономірних відповідників можуть бути прив'язані або не прив'язані до конкретних мов або ні. У першому випадку, на наш погляд, алгоритм обробки перекладацької пам'яті виявиться надто складним, і наразі ми його не використовували, що залишається завданням на перспективу. Прив'язка до певних мовних пар, на перший погляд, звужує можливість використання. У той самий час, цей недолік доволі незначний, якщо врахувати, що певний перекладач рідко працює з більш, ніж трьома-п'ятьма мовами. Може здаватися, що розробка програми потребуватиме введення величезної кількості даних щодо кожної мови або мовної

пари. Однак це не так: у пропонованій програмі введення близько ста закономірних відповідників дозволяє успішно виконувати поставлене завдання. Відтак, наразі програма працює з десятьма мовними парами: англо-українська, іспансько-українська, французько-українська, італійсько-українська, польсько-українська та *vice versa*.

Алгоритм програми передбачає два варіанти: автоматична вибірка та напівавтоматична.

Автоматичний алгоритм працює з вирівняними текстами (а в перспективі – і з невирівняними). У разі виявлення у реченні оригіналу й перекладу еквівалента, що занесений у базу даних, програма використовує його як орієнтир для розбиття речення на фрагменти. Виявлені фрагменти оригінального й перекладного речення зіставляються програмою й після перевірки деякими фільтрами видаються як готові еквіваленти.

Напівавтоматичний алгоритм спочатку пропонує користувачеві вибрані програмою еквіваленті, що здійснюється на основі аналізу повторюваних збігів. Після підтвердження користувачем правильності обраних варіантів і відхилення неправильних програма поповнює запас міжмовних закономірних відповідників, які додатково використовує для розбиття речень на еквіваленти.

У результаті роботи програми точність знайдених еквівалентів становить від 90% і вище. Хоча програма призначається для роботи з нехудожніми текстами, вказаний алгоритм виявляється продуктивним і для опрацювання перекладів художньої прози. Незначні відхилення між оригіналом і перекладом трапляються тоді, коли в перекладі речення відбулися перестановки. Програма може схибити, наприклад, у зв'язку з тим, що в іспанській, французькій, італійській, польській мовах прикметник уживається найчастіше в постпозиції по відношенню до іменника. Втім, фільтри дозволяють позбутися значної кількості негативного матеріалу (так званого «сміття»), і кількість негативного матеріалу мінімальна. Для прикладу тут наводимо вибірку еквівалентів з англо-української пари текстів другої статті Статуту ООН, які умовно називаємо квазіпаралельними (ті, що не є перекладом один одного, однак перекладені з одного оригіналу). З огляду на обмеженість обсягу, обрано фільтр довжини еквівалента – не більше 70 символів, тому фрагменти, що могли б мати масштаб речення, в ілюстрації відсутні:

1. action – діях
2. action it takes in – діях що
3. action it takes in accordance with the present Charter – діях, що вживаються нею відповідно до даного Статуту
4. against which the United Nations is taking preventive – проти якої Організація Об'єднаних Націй вживає дії превентивного
5. and justice are not endangered – і справедливість
6. and security – та безпеку –
7. and security and justice are not endangered – і справедливість
8. and shall refrain – і утримуються
9. and shall refrain from – і утримуються від
10. and shall refrain from giving – і утримуються від надання

11. and shall refrain from giving assistance to any – і утримуються від надання допомоги будь-якій
12. assistance – допомоги
13. assistance to any – допомоги будь-якій
14. be necessary – виявитися необхідним
15. but – однак
16. ensure that – забезпечує щоб
17. for the maintenance of international peace and security – для підтримки міжнародного миру й безпеки
18. from – від
19. from giving – від надання
20. from giving assistance to any – від надання допомоги будь-якій
21. giving – надання
22. giving assistance to any – надання допомоги будь-якій
23. in any – у всіх
24. in any action it takes in – у всіх діях що
25. international peace – міжнародний мир
26. international peace and security – міжнародний мир та безпеку
27. international relations from the threat – застосування як проти територіальної недоторканності
28. it takes in accordance with the present Charter – що вживаються нею відповідно до даного Статуту
29. justice are not endangered – справедливість
30. manner that international peace – таким чином, щоб не наражати на загрозу міжнародний мир
31. manner that international peace and security – таким чином, щоб не наражати на загрозу міжнародний мир та безпеку
32. or in any – так і якимось
33. or political independence of any state or in any – або політичної незалежності будь-якої держави так і якимось
34. peace – мир
35. peace and security – мир та безпеку
36. political independence of any – політичної незалежності будь-якої
37. political independence of any state or in any – політичної незалежності будь-якої держави так і якимось
38. security – безпеку
39. shall refrain – утримуються
40. shall refrain from – утримуються від
41. shall refrain from giving – утримуються від надання
42. shall refrain from giving assistance to any – утримуються від надання допомоги будь-якій
43. state against which the United Nations is taking preventive – державі проти якої Організація Об’єднаних Націй вживає дії превентивного

44. state or in any – держави так і якимось
45. that – щоб
46. the maintenance of international peace and security – підтримки міжнародного миру й безпеки
47. their international relations from the threat – її застосування як проти територіальної недоторканності
48. to any – будь-якій
49. with the present Charter – відповідно до даного Статуту
50. with the present Charter and shall refrain – відповідно до даного Статуту і утримуються
51. with the present Charter and shall refrain from – відповідно до даного Статуту і утримуються від
52. with the present Charter and shall refrain from giving – відповідно до даного Статуту і утримуються від надання [5], [6].

Еквіваленти 1, 14, 15, 21, 34, 35, 38 цілком можуть поповнити комп'ютерний словник однослівних відповідників. Вони не є термінами, однак їх доречно розглядати як закономірні відповідники нейтральної лексики. Еквіваленти 3, 17, 25, 26, 46, 49 можуть виступати закономірними відповідниками словосполучень, що цілком імовірно можуть трапитись у інших документах.

У сучасних програмах зазначені приклади, корисні як потенційні еквіваленти для перекладу, не потрапили б ані до перекладацької пам'яті, оскільки не є завершеними реченнями, ані до термінологічної бази даних, позаяк вони не є термінами. Таким чином, потенціал подібних програм у збагаченні перекладацької пам'яті доволі високий. Переваги програми в тому, що, на відміну від традиційного вирівнювання тексту, яке відбувається часто вручну, вибірка слів і словосполучень відбувається автоматично, а роль користувача – тільки підтвердити або відхилити запропонований варіант. З поданого ілюстративного прикладу видно, що точність знайдених еквівалентів перевищує 90%, а приблизно 25% з автоматично вибраних еквівалентів можуть бути використані як потенційні еквіваленти для подальших перекладів.

Першочерговим завданням у перспективі вважаємо перевірку результатів використання програми в експерименті. Менш терміновим, але не менш важливим завданням на майбутнє вважаємо укладання програми, яка працюватиме не лише з вирівняними текстами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Електронний словник мови Тараса Шевченка. –[Електронний ресурс] – Режим доступу від 30.09.2016:http://www.mova.info/Page.aspx?l1=220 2. Словник порівнянь Юрія Андруховича та Оксани Забужко – [Електронний ресурс] – Режим доступу від 30.09.2016:http://www.mova.info/porivn.aspx?l1=643. 3. Listado de Frecuencias del Corpus de Referencia del Español Actual – [Електронний ресурс] – Режим доступу від 30.09.2016:http://corpus.rae.es/lfrecuencias.html.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

4. Carta de la Organización de las Naciones Unidas – [Електронний ресурс] – Режим доступу від 30.09.2016: http://www.un.org/es/carta-de-las-naciones-unidas/index.html5. Статут Організації Об'єднаних Націй. – [Електронний ресурс] – Режим доступу від 30.09.2016: http://www.un.org.ua/images/UN_Charter_Ukrainian.pdf. 6. Charter of the United Nations. –[Електронний ресурс] – Режим доступу від 30.09.2016: http://www.un.org/en/charter-united-nations/.

Фокин С.Б., к. филол. н., доц.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СПОСОБЫ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ОБОГАЩЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ПАМЯТИ

В статье рассматривается алгоритм разработанной автором компьютерной программы, позволяющей обогащать переводческую компьютерную память, а, следовательно, совершенствовать качество машинного перевода; обогащение переводческой памяти предусматривает увеличение количества потенциальных эквивалентов предложений, словосочетаний, нетерминологических лексических единиц. В то же время большинство современных программ направлены на составление переводческой памяти из целых предложений, а также терминологической базы данных; при этом промежуточное звено (части сложных предложений, нетерминологические устойчивые словосочетания) остаются незадействованными в работе программы машинного перевода.

Ключевые слова: *автоматическая выборка, термины, машинный перевод, алгоритм, закономерные соответствия.*

Fokin S.B., PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv

AUTOMATIC MEANS OF ENHANCING COMPUTER'S TRANSLATION MEMORY

The article deals with the algorithm of an author's program, which is intended for enriching the translation memory, hence, for improving the quality of machine translation; enriching contemplates an augmentation of potential equivalents of sentences, clauses, phrases and non-terminological lexical units. At the same time, many programs aim to compile a translation memory consisting of whole sentences and a term base, the intermediate components (parts of complex sentences, non-terminological words and word combinations) remain unimplemented in machine translation programs.

Kew words: *automatic extraction, terms, machine assisted translation, algorithm, regular correspondences.*

УДК 811.161.2’276.3

Цар І.М., асп.
Інститут української мови НАНУ, м. Київ

НЕОФІЦІЙНІ УРБАНОНІМИ У МОЛОДІЖНОМУ МОВЛЕННІ М. КИЄВА

У статті охарактеризовано особливості побутування у мові молоді неофіційних назв реалій міського простору Києва. На основі аналізу записів спонтанного мовлення та результатів опитувань з’ясовано чинники формування, описано мотивації та основні способи творення неофіційних урбанонімів м. Києва.

Ключові слова: *неофіційне найменування, урбанонім, сленг, молодіжне мовлення.*

Експресивність, емоційність молодіжного мовлення позначається на тому, як молоде покоління інтерпретує міський простір. Райони, вулиці, площі, навчальні заклади, магазини, кінотеатри, окремі будівлі та ін. у повсякденному мовленні мають як офіційні, так і неофіційні назви. Офіційні назви є результатом свідомого найменування, тоді як неофіційні – вияв мовної творчості тих, хто формує мовний побут міста [Мартос 2006]. Неофіційна урбанонімія є однією зі специфічних рис міського сленгу.

Проблема дослідження офіційних урбанонімів привертала увагу багатьох учених, натомість проблемі вивчення неофіційних назв присвячено лише поодинокі праці. Зокрема, С. Мартос проаналізувала субстандартну лексику м. Херсона, в тому числі й неофіційні назви міського простору [Мартос 2006]. Т. Миколенко звернула увагу на побутування неофіційної урбанонімії в сленговому мовленні жителів м. Тернополя [Миколенко 2005]. Неофіційні найменування в українському мовленні молоді м. Києва ще не були предметом спеціального наукового дослідження.

Мета роботи полягає в аналізі характерних рис побутування неофіційних урбанонімів у мовленні молодих киян.

У дослідженні проаналізовано записи спонтанного усного мовлення київської молоді (віком 17-30 рр.) у різнотипних комунікативних ситуаціях, а також дані опитувань. Використано метод безпосереднього та включеного спостереження, елементи порівняльно-зіставного аналізу, описовий метод.

Міська інфраструктура дуже динамічна. З кожним роком з’являються нові будівлі, відкриваються нові заклади, які, відповідно, отримують назви і «прізвиська». Більшість неофіційних назв не є довговічними, бо може зникнути актуальність мотивації, на базі якої вони виникли [Миколенко 2005: 101].

Неофіційні назви можуть бути локальні, поширені лише в окремих районах міста, а то й взагалі індивідуальні чи притаманні певним групам осіб. Здебільшого мовець знає неофіційну топоніміку свого району чи найвідоміших місць у місті, проте може бути не обізнаним із найменуваннями в інших міських районах.

Молодіжне середовище Києва неоднорідне: частину становлять корінні жителі, а частину – студенти з інших населених пунктів та ті, хто переїхав до міста недавно. Корінна молодь нерідко вживає сленгові назви, які побутують в мовленні батьків, трансформує їх і, крім того, створює власні.

Молодь по-різному неофіційно називає об'єкти м. Києва. Безліч цих назв виходить за межі молодіжного мовлення і активно вживається представниками інших вікових категорій та соціальних груп.

Практично усі найвідоміші вищі навчальні заклади отримали скорочені та емоційно переосмислені назви: *Драгопед (Драгопєд), Пед* – Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, *Універ дяді Борі* – Київський університет імені Б. Грінченка, *Шева, Шевченка, Червоний* (за кольором головного корпусу) – Київський національний університет імені Т. Шевченка, *Політех (Політєх), КПІ* – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», *Могила, Могилянка* – Національний університет «Києво-Могилянська академія», *Богомол(а)* – Національний медичний університет імені О.О. Богомольця, *Поплавок* – Київський національний університет культури і мистецтв, *Нархоз* – Київський національний економічний університет (за старою російською назвою виша – Інститут народного хозяйства), *Шарага* («шарашкіна контора», «шарашка» – неофіційна назва режимних наукових установ, які працювали на авіаційну і космічну промисловість і в яких широко використовували працю ув'язнених науковців) – Технікум Національного авіаційного університету. Варто зауважити, що такі неофіційні назви, як *Нархоз, Шарага, Політех,* актуальні не лише для київських навчальних закладів, а й для навчальних установ такого самого спрямування в інших українських містах. Абревіатуру КІМВ (рос. КИМО) – Київський інститут міжнародних відносин – молодь з гумором розшифровує російською, як *Киевский институт малообеспеченных.*

Продуктивним способом творення нових мікротопонімів стала суфіксальна універбація – формування новотворів на основі словосполучень та описових зворотів. Таким чином називають станції метро: «*Шулявка»* – «Шулявська», «*Печерка»* – «Печерська», «*Лук'янка»* – «Лук'янівська», «*Академка» («Академка»)* – «Академмістечко», «*Лівобережка»* – «Лівобережна», «*Деміївка»* – «Деміївська», а також Маріїнський парк –*Маріїнка*; Національну бібліотеку України імені В. І. Вернадського –*Вернадка*; Оболонський проспект – *Оболошка* та ін. Частина неофіційних назв станцій метро – це колишні назви мікрорайонів: *Шулявка, Лук'янівка*. Деякі назви асоціюються зі старими розмовними назвами об'єктів міського простору (Бессарабський ринок – *Бессарабка.*)

Неофіційні найменування станцій метро вживають активно і часто утворюють не за єдиною словотвірною моделлю, як показано вище: *А. То ми на «Театральній» виходимо? Б. Угу!* ***На станції Лисого*** *// (сміється) А. Кого? Б. Ну там голова Леніна й досі є, правда, дощечками прикрита // «*Гідропарк» називають *«Гідропьор» («Гідропёр»*), а станцію метро «Виставковий центр» – *«Виставка»*, *Виставковий*, *«ВДНХ»*. Сам Експоцентр у молодіжному середовищі ще інколи називають «*ВИПЕРДОС»* (Виставка передового досвіду), але переважно замість цієї назви послуговуються короткою назвою «ВДНХ». Ми зафіксували випадки, коли молодь використовує абревіатуру «ВДНХ» (рос. Выставка достижений народного хазяйства) автоматично, навіть не розуміючи її значення: *А. А що це таке* ***ВДНХ****? Б. Виставковий центр// В. Виставковий… Ти що не знаєш/ що це таке? Боже мой! Я тоже Віці казала/ вона аж заводила // Б. Як воно розшифровується? В. Не маю уявлення// Б. Та ти шо! Як ти можеш?*

(сміються) В. Загнобили мене // Я в шоці просто // Щас піду // А. Ну «ха» не знаю // Звідки там «ха»? В. Виставковий… Зазначимо, що вимову українського варіанта – ВДНГ (Виставка досягнень народного господарства) у молодіжному мовленні ми не зафіксували.

Зафіксовано випадки, коли назву станції метро чи будь-якої зупинки транспорту в мовленні замінюють назвою будівлі, розташованої поблизу: *А. Ви де виходите? Б. Та на наступній /* ***на «Оушені»*** (станцію метро «Либідська» називають «Оушен», бо біля неї розташований ТЦ «OceanPlaza»).

У молодіжному мовленні побутує також ціла система нецензурних варіантів назв станцій метро: «Театральна» – *«Тетрахальна»*, «Либідська» – *«Лібідо-блядська»*, «Хрещатик» – *«Дрищатик»* та ін.

Міські райони та житлові масиви в колах молоді теж мають свої неофіційні назви. Наприклад, Борщагівку називають *Борщага*, Солом'янський район – *ЛосСоломас*, Виноградар – *Виноград, Вінник (Вєнік)*, Харківський житловий масив – *Харьок*, *Хармас*, *масив «Х»*, Троєщину – *Троя, Трєщина, Троянда, Гарлем* (від назви району в північній частині Манхеттена, який вважають територією гангстерів і кримінальних угрупувань). Побутують також дуже локальні назви, часто відомі тільки окремим групам молодих киян, як-от *Яма* – місце, де збирається молодь. У кожному районі міста є своя «Яма» (наприклад, *Яма* у студентському містечку Київського національного університету ім. Т. Шевченка).

Частину неофіційних назв утворено внаслідок того, що на перший план виходить назва історичної місцевості. Наприклад, Солом'янський лісопарк побутує в розмовному мовленні як *Кучмин Яр* – назва історичної місцевості, колишнє селище у Солом'янському районі м. Києва. Так само станція метро «Деміївська» і прилеглі райони в мовленні відома як *«Деміївка»*. В період з кінця XVIII до початку 30-х рр. XX ст. саме таку назву мало передмістя Києва, яке згодом стало частиною міста [Вакулишин 2014: 53].

Оскільки неофіційна міська топоніміка – явище значною мірою індивідуальне, вона представлена великою кількістю варіантів. Найбільше варіантів мають назви тих об'єктів, які розташовані в центрі міста чи є загальновідомими. Наприклад, монумент Батьківщина-Мати отримав цілу низку назв: *Баба, Гідробаба, Уродіна-мать* (за лютий вираз обличчя), *Лаврентіївна* (від Києво-Печерської лаври), *Лавра Патонівна*, *Леонідівна* (збудована за часів Л. Брежнєва), *Клепана баба, Залізна баба, Залізна мама, Громовідвід, Тьотка, IronMaiden* (англ. «Зроблена з заліза»; на честь однойменної британської рок-групи кінця XX ст.), *Баба з щитом, Москаль не пройде* (бо статуя повернена лицем на схід, до Москви). З часом одні назви відходять на периферію активного вжитку, натомість інші молодь використовує частіше. Сьогодні найбільш популярними неофіційними варіантами наведеної вище назви є *Баба, Залізна баба, Баба з щитом, Уродіна-мать*. Арка Дружби народів відома, як *Райдуга* (через нічне підсвічування, що дійсно нагадує веселку) або просто *Арка, Ярмо, Ярмо дружби з москалями, Арка дружби уродів*, *Навіки раком*. Монумент Незалежності на Майдані Незалежності – *«Галя»* або *«Баба Галя», «Баба з шашликом»*.

На функціонування неофіційних урбанонімів впливає білінгвальне середовище м. Києва. Деякі з назв побутують у двох варіантах – українському й російському (*Політех – Палітєх, Академ – Акадєм*), причому російськомовні кияни використовують російський варіант, а українськомовні можуть послуговуватися обома.

У спонтанному повсякденному мовленні помітне прагнення комунікантів до мовної економії. Молодь спрощує багатокомпонентні офіційні назви. Більшість мікротопонімів є однослівними. Крім того, під час спілкування частину назви часто опускають, і зміст залишається зрозумілим: *Ми разом всі були зустрілись в* ***«Пузатій[Хаті]»****// Вася мене тоді з ним познайомив був//* За аналогічним принципом станцію метро «Дружби народів» називають *«Дружби»*, «Палац «Україна»», «Палац спорту» – «*Палац*», «Золоті ворота» – *«Золоті»*, а бульвар Лесі Українки – *Леся* (*«зустрінемся* ***на Лесі****»*)

Одним зі способів утворення неофіційних урбанонімів є абревіація. Її використовують для спрощення вимови назв, що складаються з двох чи більше слів: *ПДН* – Парк Дружби народів, *ПХ* – Пузата Хата, *ЛТ, ПЛТ* – Площа Льва Толстого, *ВЖ* – вулиця Велика Житомирська, *ППС* – Парк «Партизанська слава». Зауважимо, що деякі абревіатури в розмовному мовленні вже самостійно відмінюються: *Вчора* ***в педеені*** *[ПДН] сиділи*; *Зустрінемся* ***в / на капеях*** *[КПІ]*. Окрім поініціальних абревіатур, у мовленні активно побутують часткові (*Укрдім* – Український дім) та поскладові абревіатури **(***Будпроф* – Будинок профспілок).

Молодь активно перейменовує різні пам'ятники. Основним стимулом для утворення неофіційної назви у цьому випадку стає зовнішній вигляд монумента або ж нове найменування утворюється внаслідок мовної гри. Пам'ятник князеві Святославу на Пейзажній алеї називають *Культурист, Хіпі, Бодібілдер*, пам'ятник Сковороді, а також околиці – *Сковорідка («Зустрінемось* ***на Сковорідці****»*), *Тефаль, Тефлон, Грицько Пательня*, княгині Ользі – *Елен і хлоп'ята* (княгиня під час хрещення отримала ім'я Єлена)*, Апостол Андрій зупиняє маршрутку;* пам'ятник Ярославу Мудрому – *Дядько з тортом (рос. Мужик с тортом)*. Глобус перед Поштамтом називають *пам'ятник Internet Explorer* (через зовнішню схожість зі значком однойменного інетернет-оглядача)*, Чупа-чупс, Могила дяді Міші* (на його місці раніше стояв пам'ятник Архистратигові Михаїлу, який у 2001 р. подарували Донецьку). Сам монумент Архистратигові Михаїлу за зовнішню схожість з кіногероєм молодь називає *Бетмен*.

На формування сленгових номінацій вплинули перейменування, пов'язані зі зміною влади в різні історичні періоди. Наприклад, одним із варіантів назви вулиці Хрещатик є урбанонім *Гапкенштрассе*, утворений, очевидно, за зразком німецьких назв вулиць Києва періоду Другої світової війни (в період німецької окупації Хрещатик називали *Ейхгорн-штрассе* (на честь головнокомандуючого німецькими військами в Україні Германа фон Ейхгорна). *Гапкенштрассе* в молодіжному мовленні функціонує для позначення правого боку Хрещатика (у напрямку до Бессарабської площі). Ліву частину називають *Брод* (скорочено від *Бродвей*). Схожі назви наводить С. Мартос, звертаючи увагу, що в одеському молодіжному мовленні вулиця Дерибасівська поділена на правий бік (*Гапкенштрассе*) і лівий бік (*Дендістріт*) [Мартос 2006: 91].

Зауважимо, що компонент *«штрассе»* входить до складу неофіційних назв вулиць не лише в Києві, а й у багатьох інших містах України.

Окремі будівлі в побутовому мовленні також отримують неофіційні назви. Мотиватором нових найменувань може бути зовнішній вигляд будівлі, візуальні асоціації та ін.: Телецентр – *Олівець*; Телевежа – *Шприц, Ракета*; готель «Салют» – *Граната, Граната в кепці*; Український дім – *П'ятий енергоблок, Тортик*. За таким самим принципом утворено й назви торгових центрів. Зокрема, ТРЦ «Дрімтаун» називають *«Кишка»* через довгу форму, ТЦ «Метроград» – *Лабіринт Мінотавра*, бо в ньому багато заплутаних переходів; ТЦ «Глобус» відомий як *Парник*, його скляна стіна – *Дніпрогес* (*пройтись біля Дніпрогесу*), а будь-який ТЦ «Квадрат» – *Дім Малевича* (за назвою картини К. Малевича «Чорний квадрат»).

Мовна гра, експерименти з формою слова та відтінками значень – одна з рис молодіжного словотворення, що сприяє не лише емоційності мовлення, але й висловленню ставлення мовця не так до певного об'єкта міського простору, як до суспільно-політичної ситуації, соціальної проблеми тощо. Наприклад, Сбербанк Росії у колах молоді називають *Спермбанк* з виразною зневажливою конотацією. Серед інших банків неофіційних назв не виявлено. Як вже було згадано вище, абревіатуру КИМО (Киевский институт международных отношений) іронічно розшифровують як *Киевский институт малообеспеченных* (відомо, що в цьому закладі більшість студентів – діти багатих батьків).

Молодіжне мовлення тісно взаємодіє з дорослим мовленням. Часто важко розмежувати, який саме урбанонім створений тією чи іншою віковою групою. Назви, утворені з метою мовної економії, спрощення вимови, часто є загальновживаними. Молодіжному середовищу притаманні саме емоційно забарвлені урбаноніми, утворені внаслідок мовної гри, експериментів із формою. Старше покоління інколи досі за звичкою використовує старі назви, і це, в свою чергу, може впливати на мовлення молоді. Наприклад, і в молодіжному, і в дорослому розмовному мовленні побутує урбанонім *«Дід Лук'ян»* для позначення Лук'янівського СІЗО (*«Та його **дід Лук'ян** закрив»*). Одні мотивують назву тим, що це стара назва і так говорили раніше, інші – бо в'язниці вже понад 150 років.

Радянські назви переважно використовує та молодь, що знає їх зі слів дорослих. Так, наприклад, вулицю Лабораторну досі називають Ульянова: *А. Ти сказав/ ви живете **на Ульянова**// Я півгодини кругами ходив/ поки мене не просвітили/ що Лабораторна / то і є Ульянова//* Однак випадки вживання таких назв молодими киянами порівняно зі старшим поколінням поодинокі.

Неофіційна урбанонімія – це своєрідна кодова мова, що в молодіжному середовищі допомагає ідентифікувати своїх та чужих. За сленговими назвами, які використовує мовець для позначення міського простору, можна навіть приблизно з'ясувати, як довго він живе в Києві, адже не всі молоді кияни, наприклад, пам'ятають, що на місці сучасного маленького Глобуса на Майдані Незалежності раніше стояв пам'ятник Архистратигові Михаїлу, і не всі відповідно використовують неофіційну назву *Могила дяді Міші*. Крім того, сленгові назви дають змогу дізнатися про ідеологічні чи політичні вподобання того, хто ними послуговується. Так, Арку Дружби народів

навряд чи прихильники російської політики називатимуть *Ярмо дружби з москалями*, а Батьківщину-Мати – *Москаль не пройде*.

Зауважимо, що сприйняття і оцінка мовцями тих чи інших неофіційних назв суттєво різниться. Після переліку нами відповідей інших респондентів на питання «Які неофіційні київські урбаноніми ви знаєте?», більшість опитаних не погоджувалася з деякими з наведених назв, говорячи, що «це, мабуть, сленг приїжджих», «хто таке попридумував?», «в нас так не говорять». З одного боку, це свідчить про значну варіативність, динамічність функціонування неофіційних назв, з іншого – про негативне сприйняття «приїжджих» і взагалі тих, хто втручається в усталену систему неофіційних номінативних одиниць міста.

Молодіжна урбанонімія м. Києва вирізняється варіантністю, прагненням до лаконічності, влучності назв, індивідуалізації, додаткової семантизації офіційних назв, відображає емоційне ставлення молоді до об'єктів міського простору. Вивчення неофіційних урбанонімів дає змогу виявити політичні, ідеологічні, світоглядні тенденції у суспільстві, їх вплив на повсякденне мовлення і є перспективним для дослідження мови міста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вакулишин С.М.* Топонімія Києва XX ст. : [довідник] / С.М. Вакулишин. – Київ : Центр ДЗК, 2014. – 258 с. 2. *Желєзняк І.М.* Київський топонімікон / І.М. Желєзняк ; НАН України, Ін-т укр. мови. – Київ : Кий, 2014. – 216 с. 3. *Мартос С.А.* Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Мартос Світлана Андріївна ; Херсонський держ. ун-т. – Херсон, 2006. – 244 арк. 4. Миколенко Т.М. Український міський сленг (на матеріалі усного мовлення тернопільців) : дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Миколенко Тетяна Михайлівна ; Тернопільський національний педагогічний ун-т ім. Володимира Гнатюка. – Т., 2005. – 260 арк. 5. Приходько И.Г. Русский молодежный сленг Киева (конец XX-начало XXI вв.) : дис... канд. филол. наук: 10.02.02 / Приходько Ирина Георгиевна ; Киевский национальный ун-т им. Тараса Шевченко. Институт филологии. – К., 2006. – 202 л.

Цар И.Н., асп.,
Институт украинского языка НАНУ, г. Киев

НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ УРБАНОНИМЫ В РЕЧИ МОЛОДЕЖИ Г. КИЕВА

В статье охарактеризованы особенности бытования в языке молодежи неофициальных названий реалий городского пространства Киева. На основе анализа записей спонтанной речи и результатов опросов выяснено факторы формирования, описано мотивации и основные способы создания неофициальных урбанонимов г. Киева.

Ключевые слова: *неофициальное наименование, урбаноним, сленг, речь молодежи.*

Tsar I.M., PhD student
The National Academy of Science of Ukraine, Institute of Ukrainian Language

INFORMAL URBANONIMS IN KYIV YOUTH SPEECH

Author of the article determined the peculiarities of existence in the youth language of unofficial names of Kyiv urban spacerealities. By analyzing recordings of spontaneous speech and poll results

it is revealed the factors of formation andit is described the motivation and basic methods of creating the informal Kyiv urbanonims.

Keywords: *informal name, urbanonim, slang, youth speech.*

УДК 81'42:659.127:314.15(410)+(430)

Цилюрик Т.В., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МІГРАЦІЙНА КРИЗА В СОЦІАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ТА НІМЕЧЧИНИ

Стаття присвячена дослідженню текстів соціальної реклами Великої Британії та Німеччини, що пов'язані з міграційною кризою та ставленням до біженців. Порівнюється використання художніх засобів, стратегій впливу на адресата та емоційне навантаження текстів соціальної реклами обох країн.

Ключові слова: *соціальна реклама, міграційна криза, емотивність, комунікативні стратегії, креолізація.*

Міграційна криза є однією із найбільших проблем ЄС. Це величезна катастрофа для сотень тисяч біженців, які тікають від війни та переслідувань і пережили небезпеки в дорозі, щоб дістатися до південних околиць Європи [13]. Країни ЄС уже зіткнулися з численними труднощами в процесі прийняття рішень щодо міграційної ситуації, що спричинило політичну нестабільність всередині ЄС.

Німеччина, частково з історичних причин, а також через брак робочої сили, стала основним прихильником морального підходу до цієї кризи (*Willkommenskultur*). У 2015 році Німеччина прийняла 40% сирійських біженців, які прибули до Європи; Швеція – 20%, південні європейські країни – Греція, Італія, Іспанія – 25%. Великобританія запропонувала притулок менш ніж 1% [1]. А. Меркель стверджує, що Європа несе відповідальність перед тими, хто шукає захисту від війни, переслідування та тероризму. Канцлер також вважає необхідним справедливий розподіл біженців між усіма країнами ЄС. Без схеми розподілу відповідальності ситуація буде погіршуватися. Проте у зв'язку з нещодавніми терактами та після нападів на цивільних осіб, скоєних мігрантами, популярність А. Меркель значно впала. Водночас праві радикали та опозиційні політичні партії ("Альтернатива для Німеччини" (AfD), анти-ісламський політичний рух PEGIDA) мають все більшу підтримку серед німців.

Уряд Великої Британії не підтримує позицію А. Меркель у її прагненнях встановити квоти на розселення біженців. В останній час Великобританія змушена посилювати заходи безпеки в французькому місті Кале через численні спроби мігрантів прорватися в тунель під Ла-Маншем і через нього дістатись британського узбережжя. Паркан уздовж угорського кордону, колючий дріт та розгін мігрантів у Кале, в'язниця у Великобританії – ніщо з цього не є вирішенням економічних чи політичних проблем цієї епохи масової міграції.

Незважаючи на складний політичний та економічний стан, спричинений міграційною кризою в Німеччині та Великій Британії, населення цих країн продемонструвало найбільшу готовність прийняти біженців у своїх домівках (за результатами глобального опитування правозахисної організації Міжнародна амністія) [3]. Refugee Welcome Index у цих країнах відповідно дорівнює 85%, 84% та 83%. "Ці показники говорять за себе. Люди готові приймати біженців, але негуманне ставлення урядів до міграційної кризи дуже суперечить поглядам населення", – зазначає генеральний секретар Міжнародної амністії Саліл Шетті. Люди, які тікають від війни та переслідування, повинні мати можливість отримання притулку в інших країнах.

У Великій Британії та Німеччині існує низка організацій, які займаються захистом прав мігрантів та біженців і допомагають їм інтегруватися в суспільство. У своїх слоганах ці організації використовують певні художні засоби, стратегії та тактики впливу на адресата.

Соціальні організації Великої Британії за захист прав мігрантів:

- ***38 Degrees*** [16]: "*38 Degrees is the angle at which snowflakes come together to form an avalanche – together we`re unstoppable*".

У цьому слогані інклюзивний займенник *we* використовується для позначення кола людей, що включає читача й автора (рекламодавця), об'єднаних спільними цінностями, світоглядом, і котрі разом протиставляються іншим людям. Організація ***38 Degrees*** використовує прийом синтаксичного паралелізму: *snowflakes, avalanche – we, together*, що посилює значення невпинності, непоборності (*unstoppable*) її учасників у досягненні своєї мети.

У другому слогані: «*We don't want Britain to be the kind of country that turns its back as people drown in their desperation to flee places like Syria*," – ***38 Degrees*** застосовує порівняння *places like Syria*, метафору *turns its back* та лексику з негативною конотацією (*drown, flee, desperation*), апелюючи до почуттів гідності, безпеки та страху адресатів і мотивуючи їх до дії.

- ***Refugees Welcome*** [10]: "*Britain has always stood with refugees in times of crisis. Join us: welcome refugees*".

У слогані вжито локальне метонімічне перенесення «населення – країна» (*Britain*), що збільшує експресивність повідомлення, імплікуючи, що не лише окремі британці завжди підтримували біженців в часи кризи – цим вирізнялась уся нація. Організація ***Refugees Welcome*** також звертається до населення за допомогою риторичного питання, яке провокує читача до внутрішнього діалогу: «*Thousands of communities around the UK are ready and willing to welcome refugees. What will you do?*» Риторичні питання й звернення в рекламному дискурсі мають одну стратегічну мету – досягнення перлокутивного ефекту за допомогою їх емоційного потенціалу та контактовстановлюючої функції. Вони лише спонукають читача до роздумів чи переживань, змушуючи його зробити висновок самостійно. Тому риторичні питання можна вважати маркером прагматичної імплікації спонукання до дії, активної позиції щодо інтеграції біженців у суспільство. У цьому слогані організація також апелює до генералізованих статистичних даних та перебільшення (*thousands of communities*), протиставляючи тисячі соціальних організацій та їх учасників читачеві.

- ***British Red Cross*** [5]: "*Refugees and asylum seekers. Those who seek sanctuary in the UK should not be left destitute*".

У своєму слогані організація апелює до соціальної незахищеності та економічної неспроможності біженців. Це досягається такими засобами, як вживання лексики з негативною конотацією (*destitute*), використання номінативних речень та пасивної модальної конструкції (*should not be left destitute*), що знімає відповідальність із самих біженців та шукачів притулку.

Інший слоган звучить так: «*After the trauma of fleeing their home, one small comfort is that a refugee can legally bring over their children and partner. They don`t have to stay apart forever*". У слогані наголошується важливість родини в житті біженців, підкреслюється їх самотність та відчуженість від суспільства. Окрім того, вжито антитезу (*trauma – comfort*) – риторичну фігуру, що полягає в зумисне підкресленому зіставленні двох протилежних, але пов'язаних між собою понять для підсилення вражень, для більшої переконливості. У цьому випадку протиставлення виражене за допомогою непрямих бінарних структур (контекстуальні антоніми). Антитеза є надійним засобом реалізації прагманастанови тексту слогану та стимулювання адресата до дії. Ексклюзивний займенник *they* позначає дистанцію між нами (членами організації та мешканцями країни) та ними (біженцями).

- Як і ***British Red Cross***, соціальна організація ***Together Now: Reuniting Refugee Families*** [14] апелює до родинних цінностей.

Також рекламодавці цієї організації використовують цитацію як засіб введення голосів біженців у текст реклами, що робить його більш персоналізованим:

«*There is nothing more beautiful than to be able to live together with your family*".

"*When I saw my family, I was very very happy for a long while and still am. Every day is different*».

- ***Amnesty International UK: Refugees, Migrants and Asylum*** [4] в основі свого слогану використовує прийом протиставлення (*what government ministers and political commentators say vs reality, truth*):

«*Europe`s refugee crisis is getting worse, and if you listen to government ministers and many other political commentators, constitutes a dire threat to the UK. The reality is quite different. Find out the truth about the people coming to Europe, seeking our help*".

Amnesty International UK апелює до безпомічності біженців та шукачів притулку (*seeking our help*), вживаючи лексику з негативною конотацією (*refugee crisis, worse, dire threat*).

- ***Refugee Action*** [9]: "*We survived. Help us live*", – на синтаксичному рівні просте непоширене речення та імперативне речення із закликом допомогти. На імпліцитному рівні біженці протиставляються населенню: *we* (refugees) vs *you*.

У другому слогані організація апелює до позитивних почуттів дружби й безпеки на противагу ненависті й страху; до почуття безпомічності, будуючи слоган на антитезі (*friendship and safety* vs *hate and fear*): "*Refugee families need your support. Will you help welcome them with friendship and safety, not hate and fear?*" Риторичне питання-заклик провокує читача до внутрішнього діалогу, є маркером прагматичної

імплікації спонукання вітати та підтримувати біженців, допомагати їм асимілюватися в суспільство.

Refugee Action у своїх слоганах також застосовує прийом конструювання уявної ситуації, закликаючи читача відчути себе на місці біженця й апелюючи до почуття страху, безпомічності, незахищеності: «*Imagine what it`s like to flee your home in fear. To arrive in a new country with nothing but your life. You`ve survived. But how will you live?*" На рівні синтаксису неповне речення та просте непоширене речення створюють ритміку, необхідну для створення тривожної настроєвості.

- Організація ***Save the children*** [11] має на меті захистити дітей біженців та знайти притулок для них. Вона апелює до безпомічності та незахищеності дітей (*Syrian Children Need You*), їх страху та самотності (*Children in Calais 'Jungle' alone and terrified*), небезпечного становища, у якому вони перебувають (*Calais: Why put so many children in danger?*).

У Німеччині існують дві соціальні організації, які постійно мають активну позицію у відстоюванні прав мігрантів, викладаючи соціальні ролики в мережах та креативно підходячи до цього питання в статичній соціальній рекламі: ***Flüchtlinge Willkommen*** та ***Wir(tschaft) Zusammen (Integrations-Initiativen der Deutschen Wirtschaft).*** Існують також інші організації, проте вони не ведуть активної діяльності в медіа: ***Aktion Deutschland Hilft*** [2], ***Islamic Relief Deutschland*** [8], ***Deutsches Rotes Kreuz***[6].

- Організація ***Flüchtlinge Willkommen*** [7] займається не лише соціальною інтеграцією та захищеністю біженців, а й їх розселенням. Саме пошук житла для біженців є центральним у їхньому слогані:

«*Warum können geflüchtete Menschen in Deutschland nicht einfach in WGs* (Wohngemeinschaften) wohnen statt in Massenunterkünften?! Das haben wir uns auch gefragt & einen Weg gefunden, das möglich zu machen*".

Учасники організації запитують себе, чому б біженцям не жити разом із кимось у кімнаті замість таборів. На їхньому сайті місцеві мешканці можуть запропонувати помешкання біженцям, і таким чином проблема вирішується.

У зв'язку зі зростаючою хвилею негативного ставлення до біженців у Німеччині, FCB Zurich та організація ***Flüchtlinge Willkommen*** запустили кампанію проти ненависті й упередження "*Search Racism! Find Truth!*» (квітень, 2016 рік) [12]. За умовами цієї кампанії користувачі YouTube під час пошуку ксенофобних відео бачили кліпи з реальними біженцями, які розвінчували упередження певними фактами, анекдотами чи гумором. Користувачі спочатку повинні були продивитися повідомлення від біженців, а потім перейти до негативного відео. Відеокампанії структуровані у вигляді парних відео-антитез: Vorurteil und Wahrheit (упередження й правда). Розглянуто наступні упередження щодо мігрантів:

- *Alle Flüchtlinge sind Terroristen.*
- *Alle Flüchtlinge sind kriminell.*
- *Die sind doch all faul und gefährlich.*
- *Die Flüchtlinge wollen sich gar nicht integrieren.*
- *Die Flüchtlinge nehmen den Deutschen die Jobs weg.*

- *Da kommen doch nur Wirtschaftsflüchtlinge.*
- *Die Flüchtlinge sind nure wegen des Geldes hier.*
- *Das friedliche Zusammenleben ist in Gefahr.*
- *Mit den Flüchtlingen steigt die Kriminalität ins Unermessliche.*

Рис. 1. Серія реклам організації *Wir(tschaft) Zusammen*

- Організація ***Wir****(tschaft)* ***Zusammen. Integrations-Initiativen der Deutschen Wirtschaft*** [15] бореться за рівні можливості біженців та місцевих жителів.

У своїх слоганах вони апелюють до вищих стандартів життя для всіх мешканців країни (*Gemeinsam können wir etwas bewegen – für unser Land und die Menschen, die hier leben*) та більших перспектив і шансів для біженців (*Zusammen langfristige Perspektiven und Chancen für Geflüchtete schaffen*). Організація вживає інклюзивні займенники *gemeinsam wir, zusammen,* тим самим залучаючи читача до кола своїх учасників.

Серія реклам організації ***Wir****(tschaft)* ***Zusammen*** порівнює справжні бажання та перспективи представників європейської та східної рас (Рис.1). Зіставляючи зовнішність обох осіб, можна зробити висновок, що насправді можливості людини залежать від її зовнішності та расової приналежності.

Отже, емотивність соціальної реклами Великої Британії за інтеграцію мігрантів у суспільство більша, ніж у текстах соціальної реклами Німеччини, що пов'язано з політичним становищем і ставленням урядів та населення країн до проблеми біженців і мігрантів, і виражається за допомогою художніх засобів та стратегій апелювання до почуттів та цінностей адресатів:

- Соціальна реклама за захист прав мігрантів у Великій Британії багатша на художні засоби: застосовуються прийоми синтаксичного паралелізму, метафори, перифразу, порівняння, метонімії, риторичні фігури, прийом протиставлення, антитеза,

які збагачують образність повідомлення й допомагають краще донести його зміст адресатам.

- У соціальній рекламі Великої Британії переважно вжито лексику з негативною конотацією: *drown, flee, destitute, trauma, refugee crisis, worse, dire threat, fear, alone, terrified, danger* – що привертає увагу адресата й запускає механізм емоційної пам'яті, викликавши в нього сильні негативні емоції.
- Соціальні організації за захист прав біженців у Великій Британії апелюють до негативних почуттів: небезпеки, страху, нестабільності, соціальної незахищеності, економічної неспроможності, самотності, безпомічності, страху. Такі емоційні ефекти значною мірою підвищують сугестивність соціальної реклами; аудиторія залучається безпосередньо до співпереживання ситуації або до переживання емоції, яка виникла в зв'язку з поданою в рекламному тексті ситуацією.
- Як у рекламі Великої Британії, так і Німеччини, на рівні синтаксису переважають прості речення, неповні речення, імперативні речення із закликом допомогти. У рекламі Великої Британії ще вживаються пасивні модальні конструкції з метою зняття відповідальності з біженців та шукачів притулку та підкреслення їх безпомічності.

Німецька соціальна реклама менш емоційна. Німецькі організації за захист прав мігрантів та їх інтеграцію в суспільство апелюють до кращих стандартів життя, перспектив для біженців, кращого майбутнього та єдності в країні. У соціальній рекламі німці звертаються до упереджень та стереотипів про біженців та розвінчують їх за допомогою іронії. Емоційність соціальної реклами Німеччини посилюється високим рівнем креолізації рекламних текстів, коли вербальний паралелізм підкреслюється візуальним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наплив біженців кидає моральний виклик ЄС – The Guardian [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dt.ua/WORLD/napliv-bizhenciv-kidaye-moralniy-viklik-yes-the-guardian-182769_.html 2. Aktion Deutschland Hilft [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.aktion-deutschland-hilft.de/ 3. Amnesty International. Refugees Welcome Index shows government refugee policies out of touch with public opinion [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.amnesty.org/en/latest/news/2016/05/refugees-welcome-index-shows-government-refugee-policies-out-of-touch/ 4. Amnesty International UK [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.amnesty.org.uk/ 5. British Red Cross [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.redcross.org.uk/ 6. Deutsches Rotes Kreuz [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.drk.de/ 7. Flüchtlinge Willkommen [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fluechtlinge-willkommen.de/ 8. Islamic Relief Deutschland [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.islamicrelief.de/startseite/ 9. Refugee Action: Helping Refugees and Asylum Seekers [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.refugee-action.org.uk/ 10.Refugees Welcome [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.refugees-welcome.org.uk/ 11. Save the Children UK. Global Children`s Charity [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.savethechildren.org.uk/ 12. Search racism. Find truth. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.search-racism-find-truth.com/ 13. The Guardian view on Britain`s response to the Syrian refugee crisis: morally bankrupt. Editorial [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.theguardian.

com/commentisfree/2015/aug/25/the-guardian-view-on-britains-response-to-the-syrian-refugee-crisis-morally-bankrupt 14. Together Now: Reuniting refugee families [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://togethernow.org.uk/ 15. Wir zusammen – Die Integrations-Initiative der deutschen Wirtschaft [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.wir-zusammen.de/home 16. 38 Degrees [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://home.38degrees.org.uk/.

Цилюрик Т.В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ГЕРМАНИИ

Статья посвящена исследованию текстов социальной рекламы Великобритании и Германии, которые связаны с миграционным кризисом и отношением к беженцам. Сравнивается использование художественных приемов, стратегий влияния на адресата и эмоциональное наполнение текстов социальной рекламы двух стран.

Ключевые слова: *социальная реклама, миграционный кризис, эмотивность, коммуникативные стратегии, креолизация.*

Tsyliuryk T.V., PhD student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

MIGRATION CRISIS IN SOCIAL ADVERTISING OF GREAT BRITAIN AND GERMANY

The article is dedicated to the study of social advertising texts in Great Britain and Germany on the issues of migration crisis and the attitude towards refugees. The use of stylistic devices, strategies of influence on the addressee and emotionality of social advertising texts of both countries are compared.

Keywords: *social advertising, migration crisis, emotionality, communicative strategies, creolization.*

УДК 811.161.2

Цурик А.С., магістр
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ В СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ

У статті проаналізовано стилістичні особливості політичних промов Президента України. Об'єктом дослідження виступає політична маніпуляція як система засобів ідеологічного та духовно-психологічного впливу на масову свідомість.

Ключові слова: *політична маніпуляція, публічне мовлення, промова, політична промова.*

На сьогодні формування та розвиток мови зазнає потужного впливу ЗМІ, тому мовознавча наука має піклуватися про розвиток національних засобів і способів комунікації.

Наявне цілком закономірне твердження, що засіб вираження думки й уміння її донести – це цілком різні речі. Розуміння мовних законів публічного мовлення, виховання мовленнєвої культури, чуття мови, уміння досконало володіти словом – ось ті складники, ті основні чинники, що створюють справжнього досконалого оратора. Незнання чи нерозуміння закономірностей усного мовлення, відсутність мовного чуття призводить до зниження дієвості та виразності публічного виступу.

Актуальність нашої роботи полягає у тому, що технології маніпулятивного впливу можуть застосовуватися не лише між окремими індивідами, але й впливати на масову свідомість реципієнтів. Політичне маніпулювання широко розповсюджується на різні сфери суспільно-політичного життя людини, створюються окремі інститути, які впроваджують методи прихованого впливу. Вивчення цієї проблеми дасть змогу підвищити політичну культуру населення, вберегти себе від можливих прихованих атак та критично оцінювати дійсність.

Мета нашої роботи полягає у тому, щоб проаналізувати стилістичні особливості офіційних політичних промов Президента України.

Мета зумовлює реалізацію таких ***завдань***:

- дослідити зміст понять «публічне мовлення», « публічний виступ»;
- дати визначення промові;
- встановити особливі характеристики, притаманні публічній промові;
- проаналізувати характерні лексико-семантичні особливості промов як засобів прихованого впливу.

Предметом дослідження є лексико-семантичні та структурні особливості українських політичних промов глави держави, Петра Порошенка за період від 24 серпня 2015 року по 22 січня 2016 року.

Публічне мовлення є одним із жанрових різновидів мовленнєвої діяльності.

Публічне мовлення – це особливий тип дискурсу, створюваний за законами риторики, орієнтований на переконання, що зумовлює його інтеграційну природу [7, с. 76].

Залежно від змісту, призначення, форми чи способу виголошення ***публічний виступ*** поділяють на такі жанри, як доповідь, репортаж, бесіда, диспут, лекція, промова [2]. Доповідь, репортаж, лекцію та промову можна віднести до монологічних жанрів виступу, а бесіду та диспут – до діалогічних.

Промову визначають як усний виступ із метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття, а також волю слухачів. Відзначається логічною стрункістю тексту, емоційною насиченістю та вольовими імпульсами мовця [2]. Публічна комунікаційна дія вирізняється концентрацією низки якостей: емоційністю, чіткістю постановки проблем, насиченістю, конкретністю, дієвістю, а також стислими часовими межами [4]. У Словнику української мови ***промова*** визначена як публічний виступ із якого-небудь приводу; текст такого публічного виступу [8]. На відміну від наукового реферату або доповіді, промова не має на меті повчати та спонукати за допомогою певних аргументів, а хоче переконати аудиторію, щоб здобути її прихильність [4].

Отже, на основі цих визначень можемо запропонувати наше: ***промова*** – це вид публічного монологічного мовлення, що виголошується на офіційних заходах із метою

інформування та за допомогою емоційно-виразного виголошення впливає на волю слухачів.

Розрізняють політичні промови та вітальні промови. Розглянемо детальніше основні ознаки політичної промови.

У підручнику Л.І Мацько, О.М. Мацько «Риторика» визначення політичної промови подається як «заздалегідь підготовлений гостраполітичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін» [3].

Офіційна промова має значний вплив на масову свідомість слухачів, тому спікер дуже ретельно добирає виражальні засоби, тему промови, яка має бути актуальною на момент виголошення, її форму та зміст. Публічному мовленню притаманні пафос, експресивне інтонування, імпровізація, використання звертань, аргументів та покликання на власний досвід.

Аналіз ілюстративного матеріалу допоможе нам краще сприймати і розуміти текст, наскільки мовець самостійний у своїх поглядах, чи, навпаки, наскрізь популістичний. У цьому дослідженні ми проаналізували три офіційні промови Президента України Петра Порошенка:

1. Звернення Президента України з нагоди Дня Соборності України за 22 січня 2016 року.

2. Виступ Президента України під час проведення Маршу Незалежності 24 серпня 2015 року, м. Київ.

3. Звернення Президента до депутатів Верховної Ради України 18 лютого 2016 року.

Перше, без чого неможлива будь-яка промова і виступ політичного діяча, – це звернення до громадян. Ці конструкції поширені і розбудовані у такий спосіб, щоб привернути увагу всіх без винятку людей, нерідко вони бувають акцентуаційні, з покликанням на рід зайнятості, професію і т.п., що створює ефект особливого ставлення, виокремлення з-поміж усіх та індивідуальної значущості. Ми також помітили, що протягом виступу звертання можуть використовувати більше одного разу, це зумовлено потребою тримати увагу слухачів і акцентувати на тому, що виступ відбувається безпосередньо для них. Наприклад, *Дорогі співвітчизники!; Дорогий Український народе!; Шановні, високоповажні та дорогі українські* ***воїни****! І ті, хто зараз тут; і ті, хто в цю годину в окопах, на фронті; Шановні* ***учасники маршу****!; Дорогі мої співвітчизники!; Шановні* ***народні депутати****.*

Характерною рисою публічного мовлення є невимушеність і певна свобода вибору мовних засобів. Однак ця обставина не надає права ораторові нехтувати загальноприйнятими мовними нормами. Однак не виключене і вживання слів із негативною образливою семантикою. Деякі дослідники вважають, що такі емоційні слова можуть відчутніше впливати на слухачів, змінювати сприйняття повідомлення, а в окремих випадках і прийняття важливих кроків, таких як початок або закінчення війни [6]. Наприклад, у цих промовах Порошенко нерідко дає образливі найменування противникам України, проросійським силам, окремим українським політикам:*...ви вселите в мільйони співвітчизників ще більшу віру у боєздатність нашого війська, у*

його спроможність стримати ***орду****;* ***Російське збройне угрупування*** *поблизу нашого кордону на Сході; «Москва-воєнторг» поставив* ***бойовикам*** *до 500 танків…; Це відбувається* ***не зі злого задуму, а в силу короткозорості****; …повернути до бюджету награбоване* ***організованим злочинним угрупуванням*** *Януковича*.

З тим самим функціональним навантаженням вживаються і жаргонізми, наприклад: *Ми всі як один* ***прикипаємо*** *до екранів, коли грає наша збірна з футболу; Якщо сьогодні під час голосування у сесійній залі він буде* ***вихолощений****, запровадження безвізового режиму буде відкладене*. Зафіксований факт використання такого художнього засобу як алюзія: *А от Новоросія – такий же міф, як у відомого письменника Толкієна, країна Мордор*, Мордор (синд. Mordor, у перекладі – це «Чорна країна») – країна, яка існувала у вигаданому світі Середзем'я Джона Р.Р. Толкієна «Володар Перснів» і була осередком сили Чорного Володаря Саурона.

Ще одним важливим аспектом є використання запозиченої лексики і термінології, що більш властиво офіційно-діловому та науковому мовленню, а також скерованість тексту на інтелектуальних та освічених слухачів: *...залучаємо артилерійські та інші підрозділи* ***адекватної потужності*** *для протидії противнику після повідомлення ОБСЄ.; Відновлення територіальної цілісності України є нашим головним* ***пріоритетом****.;* Проте значне використання наукової лексики може зробити мовлення незрозумілим. Наприклад, …***консолідує*** *нас єдина державна мова, – це українська;* ***порядок денний****;* ***деокупація*** *Криму; ціна* ***ескалації****;* ***індексації*** *зарплат; зміни в частині* ***децентралізації****;* ***формалізації*** *рішення*.

Нами було помічено вживання іронічного висловлювання щодо внесення депутатами змін до законів про безвізовий режим: *Та от що насторожує, і навіть тривожить, так це бажання деяких депутатів і цілих комітетів* ***«поліпшити»*** *ці документи*, саме слово *поліпшити* має позитивну семантику, але у нашому тексті виражає негативну оцінку. Цей факт іронічного мовлення Президента України засвідчує офіційний сайт Президента, де не намагалися приховати чи замінити вираз на більш доречне висловлювання. Це свідчить про те, що саме у такій дошкульній формі глава держави зауважує намагання деяких політичних сил внести непотрібні зміни до документів.

Як вже зазначалося, для усного публічного виступу / промови важливими засобами впливу є вдало дібрані тропи.

Метафора – це найпоширеніший і найпродуктивніший у риториці троп. Метафора виконує кілька функцій: пізнавальну, номінативну й образну [5]. Вона здатна швидко й точно активізувати перцептивні можливості слухача, викликати спрогнозований відгук у свідомості й почуттях: *15-го року ми не просто вистояли і зберегли країну – ми* ***змінили порядок денний*** (у знач. Обрали європейський шлях розвитку); *І –* ***залізну витримку****; Маємо розуміти: найменший необережний* ***крок*** *може стати* ***фатальним****; Результатом умілих дій українських підрозділів став нещодавній* ***провал наступів*** *ворога; Україна й українці вистояли,* ***витримали удар****; Прагнення* ***зірвати ухвалення змін*** *до Конституції, або* ***поховати*** *Мінські* ***угоди;*** *Правила приєднання до* ***престижного клубу країн з безвізовим режимом****»*.

Епітети належать до загальновідомих словесних художніх засобів. Це художнє, образне означення, що підкреслює характерну рису, визначальну якість явища,

предмета, поняття, дії: *...**неподільне ціле** з усіх українських земель...; Слова Ліни Костенко найбільш влучно передають **напружену атмосферу**.*

У промові також використано приклади найвищого ступеня порівняння: *Вітаю вас з Днем Соборності, з, можливо, одним з **найбільш** важливих свят для нас зараз; Такі **надскладні** завдання, як повернення України на Донбас та деокупація Криму; **Надважливий** обов'язок влади на осінь – забезпечити чесні місцеві вибори; Вірю, що **найважче** відступає в минуле».*

Іншим важливим елементом промови є слова та конструкції, що повторюються. Їхня функція – залишитися в пам'яті адресатів, підкреслити і нав'язати думку, яка є важливою для мовця. Наприклад, у фрагменті ***Соборність** – це **неподільне ціле** з **усіх українських земель**. **Соборність** – це **велика міцна родина** для **всіх громадян України**.* Повтори здатні впливати емоційно, особливо, якщо це анафоричні повтори, коли початок кожного нового речення дає одне й те ж слово: ***У нас** – спільне минуле, і проблеми – однакові. І ми гуртом радіємо, і гуртом сумуємо. **У нас** спільний ворог, і мета – спільна.* Ще один використаний художній засіб – епанафора: *Ми остаточно сформувалися як єдина українська політична **нація. Нація**, яка, говорячи словами відомого філософа-державника...*

Формулюючи питання, під час виголошення промови, доповіді оратор спрямовує увагу аудиторії на пошуки головного в пропонованій інформації, наприклад: *Чи означає все це, що ворог відмовився від ідеї прямого вторгнення чи наступу бойовиків вглиб України? Ні; Чи є ця загроза невідворотною? Вже ні; Що маю на увазі? Наприклад, спроби проголошувати походи або на Київ, або, навпаки, заклики до негайного переможного маршу на Москву*, а далі, даючи відповідь на кожне поставлене питання, спікер може пропонувати аудиторії найбільш повні висновки.

Для підсилення ефекту невимушеності публічного виступу інколи мовець вдається до діалогу з опонентом, що будується за моделлю питання-відповідь. Це дає можливість і спростовувати хибні думки та теорії, і сприяє доказовості висловлення, дозволяє в простіший спосіб надавати аргументацію.

Привернути увагу слухачів до певної ідеї, думки, висловити своє ставлення до неї, зацікавити слухача і спонукати його розділити з мовцем це ставлення – мета використання в публічному мовленні емоційних окличних конструкцій, наприклад: *А всіх, хто зміцнює країну в тилу, хто просто любить свою Україну, я закликаю до єдності, єдності і ще раз єдності!; І вічна їм слава!; Не пропало, дорогі мої!; Ми за мир, але ми не пацифісти!*

Цитування не часто представлене у президентських промовах, але П.О. Порошенко використав висловлювання видатних класиків і непряме цитування: *Існування нації – це щоденний плебісцит», – казав відомий французький філософ **Ернест Ренан**; Ми воїни. Не ледарі. Не лежні./І наше діло – праведне й святе!/Бо хто за що, а ми – за незалежність./Отож – нам так і важко через те./Дорогий Український народе! (Ліна Костенко)*. Звертання до традицій, до слів визнаних авторитетів має підкреслити значущість тих чи тих дій, вчинків, сформувати й утвердити в слухачів певні вірування. Для більшої переконливості вживається також покликання на

власний досвід: *Ніколи не забуду того сплеску українського патріотизму, який – я бачив на власні очі – демонстрував синьо-жовтий Донецьк під час Євро-2012.*

Також головною особливістю публічного мовлення має бути його простота і зрозумілість для всіх, для цього використовують фразеологізми, афоризми, крилаті вислови, що відтворюють національний колорит і роблять мовлення менш штучним: ***Поважає, бо боїться****; Двадцять п'ятий рік Незалежності мусимо* ***пройти, як по крихкому льоду****; Ворог знає, що ми* ***готові дати відсіч****; Зрештою, сіяння паніки, зневіри та депресії:* ***«все пропало»****.*

Відомо, що для різних жанрів публічного мовлення характерними є різні методи членування мовного потоку для забезпечення сприймання інформації. Це, наприклад, використання коротких простих речень: *Минулого січня ще стояло питання: як вижити. Тепер стоїть питання: як стати успішною країною. Цього року реформи почнуть приносити результати. Все у нас вийде; Нам потрібна консолідація; Сьогодні ми сильніші, ніж учора. Нас не можна поневолити чи зламати.*

Також цікавою особливістю промов Президента є посилання на факти з історії України, введення їх у текст демонструє, що ми всі маємо спільне минуле, є творцями історії, і показовий приклад, щоб не допускати тих самих помилок у нашому спільному майбутньому: *Я підписав указ «Про заходи з відзначення сторіччя подій Української Революції 1917–21 років». Це саме про ті часи, коли український народ поставив на порядок денний своє право на незалежне життя. Коли ми окреслили своє місце на політичній карті Європи. Коли виникла Центральна Рада, постали Гетьманат і Директорія. Коли було проголошено незалежну Українську Народну Республіку і укладено Акт злуки, річницю якого ми, власне, сьогодні і відзначаємо. Але є один висновок з тих буремних подій, який має практичне значення для сучасних політиків і для всіх громадян. Тоді ненависть до України виявилася спільним знаменником що для червоної, що для білої Росії.*

Варто відзначити нетипове завершення виступу словами *Слава Україні, соборній, єдиній, неподільній Україні!; Слава Збройним Силам України! Слава Українському народу! Україні – слава!* У ньому прозвучали не звичні подяка чи прощання, а побажання-вигук *Слава Україні!*, що набув особливого значення у зв'язку з останніми подіями в Україні (починаючи від Революції Гідності), наповнений додатковою семантикою – співвіднесенням більше із сучасним і майбутнім, ніж із минулим.

Отже, особливостями офіційної промови можна вважати її зміст, функції, проблематику, добирання специфічної лексики та засобів виразності, які могли б бути характерними для цього виду діяльності комунікативних стратегій і тактик.

Усі офіційні промови починаються із вітального слова до українців. Головною особливістю публічного мовлення є його певна невимушеність і зрозумілість для кожного, тому йому притаманна свобода вибору мовних засобів. Для того, щоб мовлення впливало на адресатів, було успішним та ефективним, політики у своїх промовах використовують порівняння, антитези, метафори, епітети, перифраз, не виключене вживання слів із негативною, подеколи з образливою семантикою, такі слова дієвіше і відчутніше впливають на сприйняття повідомлюваного.

Ще одним аспектом публічного мовлення є використання термінів та слів іншомовного походження, однак частотне їх використання може зашкодити розумінню та сприйняттю інформації.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку полягають в аналізі та порівнянні політичних офіційних промов для не україномовної аудиторії та вітальних промов, їх особливостей, стилістичних засобів реалізації та методів впливу, а також у розробці пропозицій щодо ефективності політичних публічних виступів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бурмістенко Т.В.* Французька офіційна промова: типологія і прагмакомунікативна специфіка // Мовні і концептуальні картини світу : наукове видання : [збірники] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Б-ка ін-ту філології. – Київ, 2012. – Вип. 41, ч. 1. – С. 166-180. *2. Гриценко Т.Б.* Етика ділового спілкування Навчальний посібник / Т.Б. Гриценко – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с. *3. Мацько Л.І.* Риторика: Навч.посіб. – 2-ге вид., стер. / Л.І. Мацько, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2006. – 311 с. *4. Паніна Н.В.* Українське суспільство 1994 – 2005 : соціологічний моніторинг / Н.В. Паніна. – Київ : Наук. думка, 2005. – 160 с. *5. Пономарів О.Д.* Стилістика сучасної української мови : Підручник / О.Д. Пономарів. – Київ : Либідь, 1993. – 248 с. 6. *Різун В.В.* Лінгвістика впливу: монографія / В.В. Різун, Н.Ф. Непийвода, В.М. Корнєєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с. 7. *Сагач Г.М.* Риторика: [навчальний посібник] / Г.М. Сагач – К. : Видавничий Дім, «Ін Юре», 2000. – 568 с. *8.* Словник української мови: В 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970-1980. – 4545 с. *9.* Сучасна українська літературна мова: підручник / А.П. Грищенко, Л.І. Мацько, М. Я. Плющ і ін.; [за ред. А. П. Грищенка]. – 3-тє вид. доп. – К. : Вища школа, 2002. – 439 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-pid-chas-provedennya-marshu-nezal-35841
2. http://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643
3. http://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-do-deputativ-verhovnoyi-radi-ukrayini-36754

Цурик А.С., магистр
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ВЕРБАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ВЛИЯНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

В статье проанализировано стилистические особенности политических речей Президента Украины. Объектом исследования выступает политическая манипуляция как социально-психологическая категория, как система средств идеологического и духовно-психологического воздействия на массовое сознание.

Ключевые слова: *политическая манипуляция, публичная речь, речь, политическая речь.*

Tsuryk A., Master
Taras Shevchenko National University of Kyiv

VERBAL MEANS OF INFLUENCE IN MODERN POLITICAL SPEECH

This article analyzes the stylistic features of political speeches by President of Ukraine. Object of research are the political manipulation as a socio-psychological category, as the system of means of ideological, spiritual and psychological impact on the public consciousness.

Key words: *political manipulation, public speaking, speech, political speech.*

УДК 811.111'27:165.194:087.5

Чаюк Т.А., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОНЦЕПТ PLAY ЯК ЦІННІСНИЙ ЕЛЕМЕНТ ДИТЯЧОЇ КАРТИНИ СВІТУ

У статті розглянуто концепт PLAY (дитяча гра) в семантичному просторі текстів англомовної дитячої літератури. Виявлено компоненти концепту і мовні засоби його репрезентації.

Ключові слова: *концепт, мовні засоби репрезентації концепту, когнітивні ознаки концепту.*

Гра як об'єкт наукового дослідження викликала інтерес багатьох провідних учених у різних галузях науки – філософії, психології, лінгвістики. Психологічний феномен гри вивчали відомі психологи – такі як Л.С. Виготський [3], Д.Б. Ельконін [8; 9], Г. Крайг [5], Г.С. Абрамова [1], О.О. Смирнова [4] та ін. Лінгвістичну категорію «гра» досліджували видатні зарубіжні та вітчизняні науковці, серед яких Л. Вітгенштейн [2], А. Вежбицька [11], М. Гроховський [10], М.В. Нікітін [6], В.Ф. Старко [7].

Разом із тим, визнаним є факт, що гра як етнокультурний елемент мовної картини світу на сьогодні вивчена ще недостатньо [7, с. 7].

Актуальність нашої роботи зумовлена потребою дослідити концепт ГРА (PLAY) в лінгвокогнітивному та лінгвокультурному аспектах, з точки зору британської дитини як носія мови і представника певної етнокультури, з урахуванням новітніх досягнень в галузі когнітивної лінгвістики та дитячої психології.

Наукова новизна нашого дослідження визначається необхідністю вивчення особливостей вербалізації основних понять, які дитина засвоює в процесі пізнання оточуючого її світу, зафіксованих в дискурсі англомовної дитячої літератури.

Мета дослідження – виявити і описати структуру і мовні засоби репрезентації концепту PLAY в текстах британської англомовної дитячої літератури.

Об'єктом дослідження є концепт PLAY, представлений в дискурсі англомовної дитячої літератури.

Предметом дослідження виступають компоненти концепту PLAY та мовні репрезентації концепту.

Матеріалом дослідження є тексти британської дитячої літератури, а саме: поезії та художні твори англомовних авторів для дітей молодшого і середнього віку.

Перший крок у дослідженні концепту – це «встановлення меж фрагмента реальності, які задає його мовне вираження, і визначення носіїв концепту» [7, с. 57]. Концепт PLAY є концептом національним, його носієм є англомовні британці, але розглядаємо ми цей концепт на матеріалі дитячої літератури, отже, таким чином, аналізуємо концепт PLAY, притаманний саме дитячому баченню. Позамовним корелятом концепту нами обрано реалії, яких стосується назва «дитяча гра». Проте не всі вербалізатори концепту PLAY стосуються ігор. Можна виділити ще два чітко окреслені фрагменти реальності, що корелюють з концептом ГРА: музична гра (*«I can play the piano, tambourine, triangle...»* [17]) і театральна гра (*«I'm in the school play this Christmas, I've got an important part..."* [12, с. 253]). Вони згадуються у дитячій літературі, але не є об'єктом нашого дослідження. Крім того, лексема *гра* може вживатися в переносному значенні на позначення ідеї руху, наприклад, гра сонячних промінців на дзеркальній поверхні.

Концепт PLAY в англійській мові вербалізується насамперед лексемами *play* і *game*. Деякі дослідники (наприклад, М.В. Нікітін [6], В.Ф. Старко [7]) розглядають концепти PLAY і GAME як два окремих концепти. Але на нашу думку, коли йдеться саме про дитячу гру як явище, характерне для дитячого віку, ці дві лексеми репрезентують один концепт, який ми назвали PLAY, оскільки він є ширшим за значенням.

Перш ніж перейти безпосередньо до визначення змістового наповненя концепту PLAY (дитяча гра) в уявленні дитини, слід зазначити, що таке гра саме для дитини, чим гра в уявленні дитини відрізняється від уявлення дорослих. На думку дитячих психологів, гра – це особливий вид предметної діяльності, в основі якої усвідомлення дитиною світу предметів і людських стосунків. В процесі гри дитина намагається бути схожою на дорослого [4, с. 21]. Гра є засобом пізнання оточуючої дійсності, і саме мовлення допомагає дитині краще усвідомити зміст своїх дій [4, с. 25-26]. Значення гри для психологічного розвитку дитини – духовний розвиток дитини та підготовка до майбутньої практичної дорослої (в тому числі трудової) діяльності, оволодіння певними навичками, потрібними для дорослого життя. У своїй праці «Психологія гри» Д.Б. Ельконін дає наступне визначення гри: гра – одна з основних форм життя сучасної дитини, особлива діяльність дитини, де здійснюється її зв'язок з оточуючою дійсністю [8, с. 22-24].

Розрізняють декілька можливих видів гри: гра з предметами, гра за правилами, рольова гра. Всі вони важливі для когнітивного розвитку дитини на певних етапах. Гра з предметами відповідає наймолодшому віку, коли дитина тільки починає пізнавати оточуючий світ, вичленяти в ньому себе, своє тіло та його частини, різні предмети, що знаходяться довкола і опиняються в колі її уваги. Для цієї гри не обов'язково мати партнера, адже, наприклад, тримати якийсь предмет у руках і розглядати його, відчувати на дотик, запах, смак і т.і., дитина може і сама. Але найчастіше партнером дитини в такому типі гри виступає доросла людина, а трохи згодом – однолітки в дитячому закладі або на ігровому майданчику. Для такої гри представники англомовної культури активно використовують віршики, пісні та лічилочки з Nursery Rhymes.

Гра за правилами відповідає більш дорослому віку, коли дитина оволодіває мовою, і, таким чином, вже здатна запам'ятати правила і керуватися ними, або навіть змінювати їх, домовлятися. Для такої гри важливі наявність партнерів, товаришів по грі, і успішна комунікація.

Але найбільший інтерес дослідників викликає третій тип гри – рольова гра. Природі саме цієї гри присвячено більшість наукових праць. Така гра передбачає широке використання дитячої фантазії, уяви, творчого потенціалу. Рольова гра – реакція на тісноту світу, в якому живе дитина. На думку В. Штерна [8, с. 106], маленька дитина, що так залежить від дорослих у своїй реальній дійсності, може відчувати певний тиск від своєї безпомічності та існуючих обмежень, і звільняється від цього тиску за допомогою втечі в уявний світ, де вона сама – хазяїн і володар, і навіть творець. Чим сильніша ця ілюзія, чим глибше дитина занурюється у створений нею світ, тим сильніше її відчуття звільнення і тим більшою є її радість. Реальний світ, що оточує дитину, тісний, обмежений її кімнатою, квартирою або будинком: родина, щоденні прогулянки, іграшки – от і весь її світ. За допомогою фантазії, гри, дитина розширює свою життєву сферу. Вона вводить в свою гру не тільки предмети зовнішнього світу, а і дорослих людей, ролі яких вона виконує. Дитина пропускає через себе, свою гру ту частину світу дорослих, з якою вона стикається в своєму повсякденному досвіді. Під час гри відбувається перетворення дитиною себе і оточуючих предметів, перехід в уявний світ і глибоке захоплення дитиною створенням цього вигаданого світу та життям в ньому.

Як вважають деякі дослідники, дитина, завдяки своїм психічним особливостям, у тому числі, своєму вмінню гратися, порівняно з дорослим знаходиться нібито в іншому вимірі простору. Так, Г.С. Абрамова припускає, що дитина, на відміну від дорослої особистості, живе, існує і активно творить водночас в трьох планах реальності, в трьох світах: реальне життя – світ оточуючих предметів, дорослих і стосунків між ними; фантомне життя – ірреальний світ бажань, мрій, фантазій, сновидінь; повне життя – гра [1, с. 401]. К. Левін основною динамічною властивістю рольової гри вважав той факт, що гра, з одного боку, має справу з явищами, що належать рівню реальності, оскільки ігрові дії доступні спостереженню іншими особами (на відміну, наприклад, від мрій чи сновидінь), а з іншого боку, значно менше зв'язана законами реальності, ніж неігрова поведінка [8, с. 141].

На думку Г. Крайга, в рольовій грі дітей спостерігається два змістових рівні: рівень реальних дій і об'єктів та рівень вигаданих дій і об'єктів. Діти повинні зберігати дві змістові системи відліку: реальну та ігрову. В реальній системі відліку діти, які, наприклад, граються у ковбоїв / індіанців, розуміють, що вони просто діти, які скачуть на дерев'яних паличках, а не на конях. Але водночас вони перебувають і в іншій, вигаданій системі відліку, виконуючи взяті на себе ролі і розігруючи якісь історії з життя цих героїв. Якщо між дітьми виникає суперечка, вони змінюють систему відліку, щоб вирішити спірні питання, і потім продовжують гру, знову легко змінюючи систему відліку [5, с. 396]. За Джоном Селлі для рольової гри характерним є переіменування предметів; заміна власного «я» дитини, її особистості на іншу людину, чию роль вона виконує. За Ельконіним структуру рольової гри складають ролі,

що взяли на себе діти; ігрові дії, за допомогою яких діти реалізують ці ролі (дорослих і стосунки між ними); ігрове застосування предметів; реальні стосунки між дітьми – учасниками гри (репліки і зауваження, які регулюють хід гри) [8, с. 29].

У текстах британської дитячої літератури представлені всі три вище зазначені типи гри, причому кожен із них відповідає водночас одноіменному компоненту концепту PLAY. Крім того, нами було виділено ще один компонент концепту PLAY – гра як рухова активність. Далі більш докладно про кожен із компонентів концепту.

Гра з предметами. Мовними репрезентаціями цього компонента концепту PLAY є прототипи будь-яких предметів, що дитина використовує в процесі гри – від, наприклад, камінчика, "*...he wanted the fat round pebble he found on the beach one day*" [13, с. 149] до іграшки (*I can float my sailing boat*) – тобто, це можуть бути як спеціально призначені для гри предмети, так і звичайні предмети оточуючого світу, які дитина сама обирає та прилаштовує для своєї гри; а також ті предмети, які дитина створює в ході гри (*mud pies, sandcastles*), наприклад: *«Ben and Fraser had finished making sandcastles" [14, с. 14]; ''But the boys have been here building sandcastles all afternoon..." said Daddy, looking puzzled»* [Там само]; *There's always loads of mud on ME / When I make my mud pies* [12, с. 114*]; I've made a castle out of sand / With towers and turrets – very grand, / And all around, a proper moat / Where I can float my sailing boat. / But when the tide has turned once more / And splashy waves roll to the shore, / I know the sea will wash away / The castle that I made today* [12, с. 174].

Гра за правилами. В семантичному просторі текстів дитячої літератури цей компонент концепту вербалізується лексемами на позначення назв різних ігор (*hide and seek, rounders*, *Pass the Parcel, football, race* та ін.), лексемою *game* та лексемами-номінаціями різних професій у комбінації з дієсловами *play* або *be*, наприклад: *And it gave them lots of time to play their favourite game – hide and seek!* [14, с. 17]; *Monday's child plays doctors and nurses* [12, с. 76]; *Tia's friends came to tea and they tried to play rounders in the garden, but Tim kept getting in the way* [16, с. 113]; *«Time for some games!" called Laura's mum. Rosy stood by the door and watched. "I don't know how to play," she whispered. "Just do what I do," said Laura and held her friend's hands. Rosy was soon having a wonderful time. Party games were great fun* [15, с. 328].

Когнітивними ознаками цього компонента концепту PLAY є наступні: *гра як розвага (time for some games)*, *гра як задоволення* (*favourite, having a wonderful time, great fun)* та *гра як змагання* (вербалізується лексемами *team, lose, win, luck* та ін.). Останню зі згаданих когнітивних ознак концепту яскраво демонструє, наприклад, вірш «*Team Games*" (командні ігри):

Last week I joined the Blue team
And strange to tell, but true,
The other teams all won a race –
Every team but Blue.
Today I ran in the Red team,
And then Miss Ellis said,
"Well done, Yellows, Greens and Blues!
Bad luck, those in Red"

So now I don't know what to do,
Which colour should I choose?
Whatever colour team I'M in...
That colour seems to lose! [12, с. 129]

У дитячій літературі є цілі твори, в яких описано весь процес гри – наприклад, оповідання *«Hide and Seek"* (гра у схованки), де діти грають у схованки разом із цуценям і вирішують, що цуценята вміють грати у схованки: *''Daisy was right – puppies can play hide and seek!"* [14, с. 116-117]; або згадуються правила гри, наприклад: «*After tea everyone played Pass the Parcel. Rosy really liked this game. It was very exciting, waiting for the music to stop and then watching, while someone tore the paper off the parcel. "I can't wait for my turn," thought Rosy. Suddenly, the music did stop, just as Rosy held the parcel. And this time, there was only one piece of paper left. She ripped it off – inside was a jigsaw puzzle»* [15, с. 329]; *''Let's play hide and seek!" said Little Tiger One Stripe. ''I'll go into the jungle and roar – and you can find me!"* [16, с. 167]

Рольова гра. Ключовою для цього компонента концепту є ідея перетворення дитиною навколишніх предметів, її перевтілення у відповідну роль, перехід із реального плану дійсності у вигаданий світ і навпаки – це все і є когнітивні ознаки цього компонента концепту PLAY. Найтиповішими мовними репрезентаціями концепту є лексема *pretend* у функції як дієслова, так і прикметника, наприклад, *pretend tea*, та дієслово *to be* у комбінації з іменником – на позначення ролі, яку виконує дитина в грі.

Дитина в ході рольової гри може уявити себе будь-якими предметами, персонажами або людьми. Так, *Маленьке Ведмежа* з наступного прикладу уявляв себе то птахом, то літаком, то дзигою: «*Little Bear was dancing. First he was a bird, soaring high. Then he was an aeroplane, roaring through the clouds. Then he was a whirligig, whirling and twirling. Round and round and round he danced, round and round and round until – Crash! Little Bear fell over"* [16, с. 132]. У ще одному прикладі діти за допомогою іграшок інсценували відомий їм епізод із Біблії – грали в Ноїв ковчег: "*Big Ghost isn't in the playroom when Little Ghost goes to look for him; he's sitting on the very top of the stairs, near Granny Annie's attic room. Toy animals are neatly arranged in twos on every step. ''Hello," says Little Ghost, ''what are you doing here?" ''I was watching Jason and Granny Annie playing Noah's Ark." says Big Ghost"* [16, с. 194]. Дві дівчинки з оповідання "*Playing Princesses*" (гра у принцес) грали у принцес, перевтілившись у відповідні ролі, змінивши свої імена на такі, що, на їхню думку, личать принцесам: "Sophie and Ruth were dressing up. They were playing princesses. «My name is Griselda," – said Sophie. "My name is Esmeralda," – said Ruth"[13, с. 21], і при цьому повністю перетворили, трансформувавши під свою гру, оточуючі їх реальні предмети (таблиця 1).

Таблиця 1
Перетворення реальності в рольовій грі

Реальність	Уявна ігрова реальність
Ruth's dress was too long. It was made of flowered cotton. It was old and torn.	" My dress is made of red satin ," – said Ruth.

Sophie's dress was too long. It was made of striped cotton. It was old and torn.	"Mine is pink velvet ," – said Sophie.
Sophie took off her dress. She put on her coat.	"It's white fur, " – she said. "With a hood."
The girls went into the garden.	Ruth: This is my palace garden. There are flowers and fruit trees and a lake with fish.
The girls went into the garden.	Sophie: I've got a palace garden with trees and flowers and a lake with fish and fountains and rabbits and swings.
Window seat in the breakfast room. There were old toys on the window seat. There were old magazines...	Ruth: " I've got a royal throne." "This is my throne," – said Ruth. My throne is made of shiny wood. I've got three soft silky cushions to lean on. The cushions are pink and purple and blue." "I've got blankets too" "... Mine has music too." – said Ruth. "And a cupboard full of cakes." "My curtains... are green. When you pull them tight you can pretend you're under the sea."
Wooden chair in the kitchen.	Sophie: "I've got a royal throne at home. My throne is made of gold. There are drawers under the throne... For blankets. I cover myself with them when it's cold. My throne has music. You turn a knob in one of the legs and you can hear music." "Mine has a cupboard too. For cakes and biscuits." "Blue curtains with stars on them. You Just pull them round you and make it night time whenever you like."

Цікаво, що дитина не завжди легко змінює ігрову систему відліку на реальну, навіть коли гру вже закінчено. Якщо дитині подобається роль, яку вона виконує в грі, вона прагне розтягнути задоволення – так, дівчинка Софі з цього оповідання продовжує уявляти себе принцесою і у себе вдома, в той час як свою товаришку по грі (Рут) вважає вже звичайною дівчинкою: *«Sophie sat down on a wooden chair in the kitchen. «Look at my royal throne, Mum,» – she said. «It's made of gold.» – said Sophie and she sighed. «Poor old Ruth.» «Why poor old Ruth?» asked Sophie's Mum. «Well,» said Sophie, «she thinks she's got a royal throne, but hers is only an old window seat. She's just pretending»* [13, с. 26].

Гра – рухова активність. У текстах британської дитячої літератури представлено ще один вид гри: гра як будь-яка рухова активність (адже активний рух для дитини – це в нормі природний стан), але саме з метою розваги і краще – в приємній компанії, з друзями. Когнітивними ознаками цього компонента концепту є *несерйозність, безцільність, спонтанність, активність, розвага.* Вербалізується цей

компонент концепту, як правило, дієсловами руху – *explore, tumble, jump, run, swirl* та подібними, дієсловом *play*, часто у комбінації з обставиною місця (*play by the river/ in the water /on the dog* та ін.) та іменниками *game, fun* (також виразом *have (such) a good time*), *friends, playmates*, наприклад: ‘’*Let's go exploring," said Billy, who was the oldest bear* [14, с. 13]; *Open-wide saw a baby hippo playing in the water. His name was Sausage. ‘’I bet you can't do this!» said Sausage to Open-wide, and he blew a million bubbles so that they floated in a cloud across the top of the water. ‘’I bet I can," said Open-wide. And he did... through his nose! ‘’What about this?" said Sausage, and he turned on his back and sank below the surface. Open-wide did the same, and then he swam very fast to the opposite bank of the river. They played like this all day... and every day after that! Open-wide had never had such a good time* [14, с. 122-123], *I know that Mummy said we weren't allowed outside the hen house by ourselves," cheeped Chalky Chick, ‘’but there's nothing to do inside! Let's go to the river and play." ‘’That's a great idea!" cried the other chicks. What fun the chicks had, down by the river... getting wet was fun!"* [14, с. 126]; *In jumping and tumbling / We spend the whole day, / Till night by arriving / Has finished our play. / What then? One and all, / There's no more to be said, / As we tumbled all day, / So we tumble to bed* [14, с. 109].

Таким чином, у дослідженні узагальнено значення гри для когнітивного розвитку дитини, визначено існуючі типи дитячої гри, які відповідають компонентам концепту PLAY: гра з предметами, гра за правилами, рольова гра, гра як рухова активність. Виявлено, що концепт PLAY в семантичному просторі текстів англомовної дитячої літератури вербалізується насамперед лексемами *play* та *game*. Залежно від типу гри, концепт PLAY може бути також вербалізовано іменниками-номінаціями іграшок (*ball, doll, teddy bear*), лексемами на позначення назв різних ігр (hide and seek, Pass the Parcel та ін.), лексемами-номінаціями різних професій (*play doctors and nurses*), лексемою *pretend* у функції як дієслова, так і прикметника, структурою *лексема to be + назва ролі*, яку виконує дитина в грі (*to be a princess* та подібні), дієсловами руху (*run, jump, dig, explore* та ін.) та лексемами, що передають відповідний емоційний стан (*fun, great time* та ін).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Абрамова Г.С.* Практическая психология : [учебник для студентов вузов] / Г.С. Абрамова. – М : Академический Проект, 2001. – 480 с. 2. *Вітгенштейн Л.* Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження / Л. Вітгенштейн. – К.: Основи, 1995. – 311 с. 3. *Выготский Л.С.* Игра и ее роль в психическом развитии ребенка / Л.С Выготский // Вопросы психологии. – 1966. – № 6. – С. 62-76. 4. *Галигузова Л.Н.* Ступени общения: от года до семи лет / Л.Н. Галигузова, Е О. Смирнова. – М.: Просвещение, 1992. – 143 с. 5. *Крайг Г.* Психология развития / Г. Крайг. – СПб. : Питер, 2002. – 992 с. 6. *Никитин М.В.* Курс лингвистической семантики / М.В. Никитин. – СПб.: Научный центр проблем диалога, 1996. – 760 с. 7. *Старко В.Ф.* Концепт ГРА в контексті слов'янських і германських культур. (на матеріалі української, російської, англійської та німецької мов) / В.Ф. Старко. – Луцьк – 2004. – 250 с. 8. *Эльконин Д.Б.* Психология игры / Д.Б. Эльконин. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 360 с. 9. *Эльконин Д.Б.* Ролевая игра – ведущий тип деятельности детей дошкольного возраста / Д.Б. Эльконин // Эльконин Д.Б. Детская психология. – М., 2007. – С. 105-135. 10. *Grochowski M.* Obiekty, cele i metody definiowania a

rodzaje definicji. Zarys problematyki // O definicjach i definiowaniu. – Lublin: Wydawnictwo UMCS, 1993. – S. 35-45. 11. *Wierzbicka A*. Semantic Primes and Universals. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – 500 p. 12. *Adams G*. A Year Full of Stories. 366 Stories and Poems. – London: Orion Children's Books, 1999. – 264 p. 13. *Cooling W*. Read Me A Story, Please. – London: Orion Children's Books, 2004. – 256 p. 14. *365 Stories And Rhymes for Boys*. – UK: Parragon Books Ltd, 2007. – 384 p. 15. *365 Stories And Rhymes for Girls*. – UK: Parragon Books Ltd, 2007. – 384 p. 16. *The Story House*. – London: Orion Children's Books, 2004. – 265 p. 17. *Nursery Rhymes*. – [Електронний ресурс] – Режим доступу від 12.08.2016: https://www.dailymotion.com/video/x2wrzyb_i-can-play-the-piano-tambourine-triangle-english-for-children-nursery-rhymes-english-songs_school.

Чаюк Т.А., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

КОНЦЕПТ PLAY КАК ЦЕННОСТНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ДЕТСКОЙ КАРТИНЫ МИРА

В статье анализируется концепт PLAY (детская игра) в семантическом пространстве текстов англоязычной детской литературы. Выявлены компоненты концепта и языковые средства его репрезентации.

Ключевые слова: *концепт, средства репрезентации концепта, когнитивные признаки концепта.*

Chaiuk T.A., PhD student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE CONCEPT PLAY AS A VALUE ELEMENT OF CHILDREN'S PICTURE OF THE WORLD

The article deals with the concept PLAY in the semantic area of the English children's literature texts. The main components of the concept and its lexical means of representation have been defined.

Keywords: *concept, lexical means of concept representation, cognitive signs of the concept.*

УДК 811.111.'373.612.2:070

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

ЕПІСТЕМІЧНА Я-ПОЗИЦІЯ СУБ'ЄКТА У ДІАЛОГІЧНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ Д.Г. ЛОУРЕНСА

У статті визначено принципи аналізу епістемічної я-позиції суб'єкта в комунікативному просторі. Зроблено висновок щодо впливу соціальних категорій на актуалізацію епістемічного стану мовця в художньому дискурсі.

Ключові слова*: дискурс, позиціонування, позиція суб'єкта дискурсивної діяльності, епістемічна позиція.*

Мовна ідентичність суб'єкта у дискурсі залежить від позиції, яку суб'єкт займає під час дискурсивної діяльності. Дослідження позиції суб'єкта у діалогічному дискурсі в умовах реальної комунікації є однією з **актуальних** проблем сучасної лінгвістики. Особливий інтерес викликає позиція мовця у міжособистісному спілкуванні, яка віддзеркалює та інтерпретує людське мислення, моделювання поведінки мовної особистості, встановлення закономірностей комунікації.

На сьогоднішній день інтенсивність досліджень позиції суб'єкта дискурсивної діяльності з боку лінгвістів і психолінгвістів, психологів та фахівців з теорії комунікації неухильно зростає (О.І. Морозова [4], В.А. Ущина [8], С. Кіслінг [12], С. Ханстон [10], В.І. Карасик [2], О. Джафф [11], О.О. Романов [6], І.П. Сусов [7], О.О. Леонтьєв [3]). Термінологічно поняття "суб'єкт дискурсивної діяльності" є близьким до поняття "мовної особистості". Модель мовної особистості, яка була введена Ю.М. Карауловим, дозволяє розглядати різні якісні ознаки мовної особистості у рамках таких суттєвих характеристик, як мовна, когнітивна та прагматична. Дана модель широко використовується у соціолінгвістичних дослідженнях.

На основі положення про діалогічну природу людини, І. Ворожцева [1, с. 78] виокремлює два типи взаємодії комунікантів у діалогічному дискурсі: Я-позицію та Ти-позицію. Я-позиція виражається у тому, що суб'єкт робить свої оцінки, висновки, розраховуючи на те, що адресат поділяє його ставлення та розуміння ситуації, а Ти-позиція, навпаки, притаманна діалогу суб'єктів з різними поглядами.

Усе частіше цими позиціями суб'єктів цікавляться й інші науки, наприклад, когнітивна соціолінгвістика, яка спостерігає і вивчає позиціонування (stance-taking) у дискурсі, як у соціальному акті під час комунікації. Суб'єктні позиції дискурсу класифікують на епістемічні, аксіологічні, деонтичні, евіденціальні, афективні, реляційні тощо. С. Кіслінг виділяє дві з них: міжсуб'єктна позиція (interpersonal stance) як вираження ставлення мовця до співрозмовників та епістемічна позиція (epistemic stance) як вираження ставлення мовця до самого акту комунікації [12, с. 171].

У нашій статті ми зосереджуємося, головним чином, на епістемічній Я-позиції, яка відображає знання суб'єкта про світ, світогляд, точки зору та його переконання, стосується знання мовця про предмет мовлення, ступеня впевненості у висловлюванні. Лінгвістична епістемологія досліджує лінгвістичну репрезентацію знання в межах тріади: епістемічний світ, що акумулює систему знань мовця, утворює його власну картину світу; епістемічний стан, що є результатом осмислення фрагмента епістемічного світу в плані його відповідності реальному та належному; епістемічний модус, що характеризує актуалізацію в момент мовлення окремих фрагментів епістемічного світу індивідуума [5, с. 16-17]. На актуалізацію епістемічного стану впливають соціальні категорії (клас, гендер, вік, заняття, професія) та ситуаційні фактори. Епістемічний модус тісно пов'язаний із контекстом комунікативної ситуації, який може бути використано як інклузивно, так і ексклузивно, тобто "контекст" може бути репрезентацією усього комунікативного епізоду (тексту та розмови) або лише релевантного соціального аспекту комунікативного епізоду [9, с. 115-117].

Отже, **метою статті** є характеристика контекстуалізації "комунікативної програми мовця" у художньому дискурсі. **Об'єктом** дослідження є епістемічна Я-позиція

суб'єкта, а **предметом** – чинники, що впливають на її актуалізацію. Матеріалом нашого дослідження є розповіді Д.Г. Лоуренса.

Виклад основного матеріалу. У розповіді "Second Best" дві сестри йдуть по полю, повертаючись додому з поїздки до Ліверпуля. Старша сестра Френсіс, яка була закохана в юнака Джиммі, дізнається від своєї молодшої сестри Анни, що він одружується з іншою. У селі, де вони жили, в неї був шанувальник, Том, який трішки їй подобався. Саме його вони зустрічають, коли йдуть по полю, і у них зав'язується розмова про кротів. Томас вважає, що вони завдають багато шкоди і люди повинні їх вбивати:

"They do us a lot of damage," he said, standing firm on his own ground, angered. "Well, I'll see the next time I come across one," she promised, defiantly.

Епістемічна позиція Томаса експліцитно виражена мовленнєвим актом "констатив" і отримує іллокутивну силу завдяки емфатичній конструкції, що підтримується ситуаційним фактором "standing firm on his ground, *angered*" Епістемічна позиція Томаса імпліцитно виражена у відповіді Френсіс, яка з ним зухвало погодилася. Мовленнєвий акт "промісив" набуває перлокутивного ефекту в авторському мовленні (she promised, *defiantly*).

Цікавим є авторський коментар до зустрічі та почуттів Френсіс і Тома: Their eyes met, and she *sank before him*, her pride troubled. He *felt uneasy* and *triumphant* and *baffled*, as if *fate had gripped him*. She smiled as she departed. [D. Lawrence, "Second Best", p. 293].

Ця зустріч є кульмінаційним моментом у розповіді, автор показує зміну ставлення Френсіс до Тома, її гордість була стривожена, коли їх очі зустрілися, вона відчула, що сили залишають її, а він, навпаки, пізнав відчуття перемоги, він був схвильований та збитий з пантелику, немов доля охопила його.

Епістемічна позиція Анни у наведеному нижче фрагменті експлікована з самого початку за допомогою дієслова "не знати" ("not to know"), далі цю ж позицію підтверджує вислів "I'm sure" (я впевнена), а у фінальній репліці "to my thinking" (на мою думку) вказується на припущення мовця:

"Well," said Anne, as the sisters went through the wheat stubble;

"**I don't know** what you two's been jawing about, I'm sure."

"Don't you?" laughed Frances significantly.

"No, **I don't**. But, at any rate, Tom Smedley's a good deal better **to my thinking** than Jimmy, so there- and nicer."

"Perhaps he is," said Frances coldly. [13, p. 293]

Анна намагається переконати свою сестру, що Томас їй не потрібен, але епістемічна позиція Анни не досягла своєї мети, на це нам вказує авторський коментар у кінці діалогу ("said Frances *coldly*").

У розповіді "The Rocking-Horse Winner" йдеться про хлопчика та його матір, яка постійно відчувала тривогу за гроші. Її син, Поль, одного разу запитав, чому вона засмучена, матір відповіла, що їй не щастить, тому Поль вирішив продемонструвати, що вдача на його боці, і він почав робити ставки на перегонах за допомогою свого дядечка та садівника. Та одного разу, коли він, нарешті, виграв величезну суму грошей, він був настільки радісний, що вигукував кличку коня, який прийшов першим,

запитуючи матір, чи вважає вона, що йому щастить. Цікавим є те, що автор застосовує експресивні вирази для відтворення кращого стану мовця, він показує емоційний стан хлопчика, використовує емоційні забарвлення:

"Malabar! Malabar! Did I say Malabar, mother? Did I say Malabar? Do you **think** I'm lucky, don't you, mother? I **knew** Malabar, didn't I? Over eighty thousand pounds! I call that lucky, don't you, mother? Over eighty thousand pounds! I **knew**, didn't I **know I knew**? Malabar came in all right. If I ride my horse till **I'm sure**, then I tell you, Basset, you can go as high as you like. Did you go for all you were worth, Bassett?"

"I went a thousand on it, Master Paul."

"I never told you, mother, that if I can ride my horse, and get there, then I'm **absolutely sure-oh**, **absolutely**! Mother, did I ever tell you? I am lucky!"[13, p. 115].

Позиціонування відбувається за допомогою епістемічної позиції хлопчика, який застосовує такі висловлювання "I knew Malabar, didn't I?", "I'm absolutely sure-oh, absolutely!", які дають змогу зрозуміти читачеві, що хлопчик володіє знаннями, у яких він був абсолютно впевнений.

У розповіді "The Odour of Chrysanthemums" йдеться про сім'ю шахтаря, де жінка та її діти чекають на чоловіка та батька з роботи, який чомусь запізнюється. Матір починає вважати, що він пішов у трактир, у цей час дівчинка намагається змінити думки матері і починає розмовляти про вогонь:

"I **do think** it's beautiful to look in the fire," said the child.

"Do you?" said her mother. "Why?"

"It's so red, and full of little caves- and it feels so nice, and you **can** fair smell it."

"It'll want mending directly," replied her mother, "and then *if your father comes he'll carry on and say there never is a fire when a man comes home sweating from the pit*. – A public-house is always warm enough"[13, p. 76]

Як бачимо, учасниками даного суб'єктного позиціонування є мати та її дитина. Дівчинка висловлює свою епістемічну Я-позицію щодо краси вогню, використовуючи дієслово знати ("do think") та модальне дієслово ("can"), вона прагне змінити тему розмови, але їй це не вдається. Її матір згадує знову про батька (*if your father comes he'll carry on and say there never is a fire when a man comes home sweating from the pit*.), використовуючи теж епістемічну позицію – їй добре відома поведінка її чоловіка, вона переймається, що він прийде і буде буркотати, що він цілий день надривається у шахті, а вдома ніколи немає достатньо вогню. Наприкінці розповіді читач дізнається, що стривожені почуття жінки та дитини були не марні, чоловік помирає в копальні. Вогонь, який вони тримають, є символом життя.

У розповіді "Things" йдеться про сімейну пару, Валері та Єразм, яка постійно мандрує. Спочатку вони одружились у Нью-Хейвені, потім переїхали до Парижу, а коли почалася війна, вони перебралися до Італії. Там вони оселились у будинку, у якому збирали речі, вони перетворились у шукачів вишуканих та ідеальних речей для свого дому. Але минули роки, і речі перестали їх так радувати, вони вирішили повернутися на Батьківщину, але там усе змінилось, і вони не змогли придбати гідну оселю, де б змогли розмістити усі їх речі, тому довелось їх залишити на складі. Вони не знали, що їм робити, та одного разу йому запропонували роботу у Клівлендському

університеті. У наведеному нижче фрагменті жінка намагається переконати свого чоловіка погодитися на цю пропозицію та прийняти дім, який пропонують їм, та переїхати:

"I **think** you'd better accept, dear. You don't care for Europe any longer. As you say, it's dead and finished. They offer us a house on the College lot, and mother says there's room in it for all our things. I **think** we'd better cable 'Accept'."

He glowered at her like a cornered rat. One almost expected to see rat's whiskers twitching at the sides of the sharp nose. "Shall I send the cablegram?" she asked.

"Send it!" he *blurted*. [13, p. 97]

Епістемічна Я-позиція жінки, Валері, розгортається одразу за допомогою дієслова "думати" ("to think"), вона використовує дієслово ("think") двічі, намагаючись переконати свого чоловіка. Він, не бажаючи, погоджується, на це нам вказує коментар автора "he blurted" ("випалив він"), демонструючи необдуманість прийнятого поспішного рішення.

Отже, аналіз матеріалу свідчить, що епістемічна модальність залежить від певних контекстів:

- контекст романтичних почуттів;
- емоційний контекст;
- контекст стривожених почуттів;
- контекст прийняття швидкого рішення.

У розповідях "Second Best" та "Things" реалізується категорія гендеру в епістемічній позиції чоловіка, яка є сильнішою за жіночу.

У розповідях "The Rocking-Horse Winner" та "The Odour of Chrysanthemums" є ситуаційний фактор, у якому проявляються емоції під час виграшу на перегонах у першій розповіді, а у другій інтуїтивне почуття тривоги та біди. Важливо зауважити, що усі контексти, які були наведені вище, є кульмінаційними моментами у розповідях Д.Г. Лоуренса.

Перспектива розширення матеріалу дослідження для аналізу епістемічної Я-позиції суб'єкта у комунікації надасть підстави для поглиблення інтерпретації художнього тексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ворожцова И.Б.* Культура общения в речевом взаимодействии : речевой субъект на перекрестке культур / Ирина Борисовна Ворожцова. – Ижевск : Удмуртский гос. ун-т., 2007.– 171 с. 2. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2004. – 390 с. 3. *Леонтьев А.А.* Психология смысла: Природа, структура и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 1999. – 486 с. 4. *Морозова О.І.* Stance: позиція суб'єкта дискурсивної діяльності // Вісник Кіївського національного лінгвісіичного ун-ту. Серія філологія. – 2011. – Т.14. – №1. – С. 87-93. 5. *Скибицька Н.В.* Епістемічна модальність в англійській мові (діахронний аспект): монографія/ Н.В. Скибицька. – К.: Логос, 2010. 6. *Романов А.А.* Системный анализ регулятивных средств диалогического общения // А.А. Романов. – М.: Ин-т языкознания АН СССР., 1988. – 183 с. 7. *Сусов И.П.* Лингвистическая прагматика / И.П. Сусов. – Винница: Нова книга, 2009. – 272 с. 8. *Ущина В.А.* Модальні засоби суб'єктного позиціонування в англомовному медіа-дискурсі [Електронний ресурс] / В. А. Ущина. – Режим доступу: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xEvVBBGUdDcJ:esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/711/1 /4.doc+&cd

=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua. 9. *Dijk, Teun Adrianus van*. Discourse and Context: a Socio-Cognitive Approach.Cambridge University Press.2008. 10. *Hunston S., Thompson G*. Evaluation in Text : Authorial Stance and the Construction of Discourse / S. Hunston, G. Thompson. – Oxford : OUP. – 225 p. 11. *Jaffe A*. Introduction : The Sociolinguistics of Stance / A. Jaffe // Stance : Sociolinguistic Perspectives / Ed. by A. Jaffe. – Oxford : OUP. – P. 3–28. 12. *Kiesling S.F.* Style as stance / S. Kiesling // Stance : Sociolinguistic Perspectives / [ed. by A. Jaffe]. – Oxford : Oxford University Press, 2009. – P. 171–194.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

13. Lawrence D. H. Collected Stories / D. H. Lawrence. – Campbell Publishers LTD., – 1994. – 1397 p.

Шубко В.В., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ЭПИСТЕМИЧЕСКАЯ Я-ПОЗИЦИЯ СУБЪЕКТА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ Д.Г. ЛОУРЕНСА

В статье рассматриваются принципы анализа эпистемической Я-позиции субъекта в коммуникативном пространстве. На основе анализа художественного дискурса сделан вывод о влиянии социальных категорий на актуализацию эпистемической позиции говорящего.

Ключевые слова*: дискурс, позиционирование, позиция субъекта дискурсивной деятельности, эпистемическая позиция.*

Shubko V.V., PhD student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

EPISTEMIC STANCE IN ARTISTIC DIALOG DISCOURSE OF D. H. LAWRENCE

This article focuses on the principles of the analysis of epistemic stance-taking in communicative space. The attention is paid to the role of social categories in the representation of epistemic modus in literary discourse.

Key words*: discourse, stance, stance-taking, epistemic stance.*

УДК 811.222.1'373

Ющенко І.О., асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СУЧАСНИЙ СТАН ДОСЛІДЖЕНЬ У ГАЛУЗІ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ ПЕРСЬКОЇ МОВИ

Статтю присвячено критичному огляду досліджень термінотворення сучасної перської мови, а також діяльності Академії перської мови та літератури ІРІ, її внеску у вивчення терміносистем.

Ключові слова: *термінотворення, терміносистема, сучасна перська мова.*

Видозміна поглядів стосовно термінотворення перської мови дуже тісно пов'язана з питанням глобалізації, що характеризує процес переходу від місцевих чи міжнародних до загальних масових, глобальних масштабів, які, в тому числі, знаходяться у близькому взаємозв'язку з управлінням і транснаціональним поширенням ідей та мов. У багатьох країнах глобалізація набуває різноманітних форм вираження: від розвитку транснаціональної торгівлі та міжнародного співробітництва до колективного наукового обміну, залучення прямих іноземних інвестицій та збільшення популяції населення за рахунок міграції. Прогрес науки, а відтак і мовної комунікації, неможливий без розвинутих та упорядкованих термінологій.

Основні аспекти термінотворення в перській мові були висвітлені загалом у працях таких вчених-теоретиків, як Ю.А. Рубінчик, В.Б. Іванов, Г.Г. Наджафов. Ю.А. Рубінчику належать «Граматика сучасної перської мови», «Відображення термінологічної лексики у словниках загального типу». Спільною сферою наукового зацікавлення Г.Г. Наджафова та О.Л. Гладкової є економічна лексика та термінологія перської мови. Зокрема на матеріалі транспортно-торгівельних термінів Г.Г. Наджафов дослідив «Проблеми термінології сучасної перської мови» [6]. Ці праці ознаменували перші кроки науковців у вивченні процесів термінотворення перської мови, підтвердженням цього є дослідження сходознавця-філолога Л.С. Пейсикова: «Шляхи розвитку термінологічного фонду», «Проблема термінології та іранський мовний пуризм», що донині не мають жодних аналогів. Слід відзначити також, що Л.С. Пейсиков уклав словник з перської військової термінології.

У другій половині XX ст. А.Ф. Баришніков видав працю: «Військова термінологія перської мови». Наразі Н.Т. Акульшина працює над дослідженням військової термінології в Україні, їй належить стаття: «Загальна характеристика способів словотворення сучасної перської військової термінології» [3].

Продовжуючи аналізувати науковий прогрес на терені нашої країни, слід згадати про лінгвістичну термінологію перської мови, яку наразі досліджує А.В. Сухорукова («Структурний аналіз перських лінгвістичних термінів», 2013р.) [10]. Г.Ю. Стахурська у своїй кандидатській дисертації розглянула особливості комп'ютерної термінології [9]. Кандидатська дисертація «Авіаційна термінологія сучасної перської мови (характеристика, класифікація, творення, способи поповнення», Київ, 2010 р.

А.А. Романченко є поки єдиною працею з авіаційної термінології перської мови. Дослідник описав та охарактеризував фактори, які впливають на формування авіаційної термінології сучасної перської мови, та проаналізував лексичний склад терміносистеми і здійснив класифікацію термінів за семантичними групами [7].

Фундаментальною працею, що, на перший погляд, покриває усі можливі сфери професійної термінології, є дисертація Алірези Акбаріпура «Термінологічна побудова в Ірані», видана у Москві у 2006 році [1]. Автор присвятив від двох до трьох сторінок наступним галузям знань: військовій, ботанічній, зоологічній, адміністративній, банківській, політичній, медичній, юридичній, географічній, фізичній, метеорологічній, геологічній, математичній та спортивній термінологіям. Дослідник вивчав різноманітну термінологію перської мови у глобальному аспекті, а також надав оцінку ефективності роботи Першої Академії перської мови. Попри це, дану працю можна назвати неповною, адже доволі розвинуті терміносистеми розглядаються автором лише оглядово.

У 2008 році О.М. Сотова опублікувала дисертацію на тему «Основні структурно-семантичні особливості формування термінів у сучасній перській мові» [8]. Нещодавно (у 2013 році) у Москві було захищено ще одну дисертацію Р.Р. Ісеєвим «Структурні та лінгвокультурні аспекти формування галузевої термінології» [4].

Що стосується Російської Федерації, то на тему термінології морського судноплавства зафіксовано лише одне дослідження, автором якого є М. Гданіанлу: «Лексикографічний опис російської термінології морського судноплавства для перськомовних спеціалістів», 2014 р. [2]. Однією з перших дисертацій про аерокосмічну термінологію є «Аналіз російської аерокосмічної термінології та проблеми укладання перекладного учбового словника аерокосмічних термінів» Х. Бахарлау (Москва, 2012).

Ведеться дослідження терміносистем і у Таджикистані. Тут варто згадати про вивчення спортивної термінології, якій присвячена дисертація «Спортивна термінологія сучасної перської мови» А. Мугаббатова (Таджикистан, 2007 р.) [5]. Ще однією значною працею, де за основу було взято порівняльно-зіставний метод, є «Формування персько-таджицької медичної термінології», 2012 р., у якій М.Б. Султонов дослідив медичну термінологію, зіставляючи її з таджицькою. Варто зазначити також, що даний автор у дисертації «Становлення та розвиток персько-таджицької наукової термінології: на матеріалі наукової спадщини IX-XI ст.» (2008 р.), з'ясував основні принципи та способи творення термінів та термінографії зазначених мов. Крім цього, охарактеризував астрономічну, астрологічну, географічну, медичну, філософську.

Не оминає дослідження термінології і поля наукового зору іранських фахівців-філологів, які мешкають за межами Ірану. Так, можна згадати статтю Парвіза Ахмаді Дарані на тему «Функціональна еквівалентність у перській та англійській мовах. Паралельний корпус».

Що стосується Ісламської Республіки Іран, то там провідна роль з питань термінотворення в Ірані належить Академії перської мови та літератури (فرهنگستان زبان و ادبیات فارسی – Farhangestān-ezabānvaadabiyāt-efārsi). Протягом 70 років проводяться заходи з вивчення та укладання різноманітних термінологічних словників, зокрема лінгвістичних досліджень на предмет очищення мови від запозичень. Розпочала

свою роботу Академія у 1933 році. Незважаючи на деякі перерви в роботі Академії, з початку 90-х років за ініціативою президента Хашемі-Рафсанджані установа працює на постійній основі. Рішенням від 18 жовтня 1995 року меджлісом було накладено вето на використання західних лексичних запозичень. У 1997 році була розроблена та затверджена програма «Принципи та правила відбору слів» з метою пошуку власне перських відповідників запозиченим словам. Таким чином було розроблено низку критеріїв та принципів відбору лексики. Відділ по роботі з термінологією (گروه واژه‌گزینی – goruh-evāžegozini) розпочав свою роботу на початку 90-х років з обмеженою кількістю працівників. Зараз на основі цього відділу існує кілька спеціалізованих груп, які діють за різними тематичними напрямками. Рада відповідальна за те, щоб нове слово точно відображало сенс терміна чи поняття, а також забезпечує тлумачення його. Повноцінні словники термінів публікуються, починаючи з 2004 року. Загалом з 2004 по 2005 рік було видано 7 томів «Словника термінів Академії перської мови та літератури» [10]. Ця праця містить 30 тисяч термінів з різних категорій знань. До 1995 року результати роботи Академії не друкувалися. Та починаючи із зазначеного року, в газеті «Іран» щоденно публікувалися ті терміни, запропоновані Академією як власне іранські, які водночас вважалися замінниками існуючих західних моделей. О.М. Сухоруков, проаналізувавши матеріали газети «Іран» за 1995 та 2010 роки, дійшли такого висновку: якщо усі можливі європеїзми та американізми розділити на дозволені та недозволені, то кількість не рекомендованих термінів Академією перської мови та літератури, проте активно вживаних авторами статей, незважаючи на зміни в лексичній структурі мови, матиме рівні показники [10].

Слова, які не знайшли свого місця у зазначеному словнику, насамперед стосувалися комп'ютерної термінології. Відтак з самого початку проникнення західних термінів у перську мову цей масив слів настільки вкоренився, що практично усі терміни було транслітеровано на перську мову. У діяльності Академії перської мови та літератури був і зворотній бік, коли слова зі списку не рекомендованих з плином часу ставали все більше вживаними. Побутує думка, що причиною використання таких не рекомендованих термінів, часто калькованих або транслітерованих із західноєвропейських мов, стала необхідність користуватися доступною загально побутовою лексикою, оминаючи неологізми, як засобами друкованої продукції, так і на радіомовленні, аби бути ближчим до потреб споживача.

Насправді ж деякі неологізми були активно введені в експлуатацію ще до 1995 року у зв'язку з політикою влади протистояти західноєвропейським проникненням до перської мови та культури. Будь-які неологізми зі сфери економічної чи географічної термінології були активно вживані вже на початку 90-х років, оскільки вони не зустріли жодного опору серед населення. Дещо згодом, на початку 2000-го року, відбулися зміни й у лексичному доборі комп'ютерної термінології.

Аналізуючи вивчення термінології та створення словників, можна зазначити, що за останні п'ять років Академією перської мови та літератури було опубліковано такі книги: «Тисяча медичних термінів» (у двох томах, перший – у 2011 р., другий вийшов у 2014 р.), «Тисяча біологічних термінів» (2014 р.), «Тисяча транспортних термінів» (у двох томах, відповідно у 2013 та 2014 рр.), «Тисяча хімічних термінів»

(2013 р.), «Тисяча фізичних термінів» (2012 р.), «Тисяча геологічних термінів» (2013 р.), «Тисяча військових термінів» (2013 р.), «Тисяча сільськогосподарських термінів» (2014 р.). Від 2 грудня 2011 року при Академії, за словами Насрін Парвізі у зв'язку з отриманням ліцензії, відкрито перший в історії Ірану факультет «Термінології та термінотворення». На його основі було створено такі три спеціальності за напрямками: дослідження та словотворення, термінологія та лексикографія.

Підбиваючи підсумок та враховуючи викладену вище інформацію стосовно досліджень перської термінології, можна стверджувати, що даний сектор є перспективним для досліджень, оскільки попит на знання терміносистем за останні роки міжкультурної комунікації стрімко зріс. Дослідження термінології загалом базується на вивченні питання еквівалентності у площині підбору термінів задля створення вузькоспеціальних словників. Наразі дослідниками хоч і встановлено найбільш поширені тенденції термінотворення у перській мові вже на рівні окремих терміносистем, проте поза дослідженням залишаються такі терміносистеми перської мови, як юридична, сільськогосподарська, та інші вузькотехнічні напрямки терміносистеми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Акбарипур А*. Терминологическое строительство в Иране: дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.22 / Алиреза Акбарипур. – М., 2006 – 273 с. 2. *Гадианлу М*. Лексикографическое описание русской терминологии морского судоходства для персидскоязычных специалистов: дисс. … канд. филолог.наук : 10.02.01 / Марьям Гадианлу. – М., 2014. – 146 с. 3. *Акульшина Н*. Загальна характеристика способів словотворення сучасної перської військової термінології [Електронний ресурс] / Н. Акульшина // Studialinguistica. – 2012. – Вип. 6 (1). – С. 47-53. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Stling_2012_6(1)__10.pdf. 4. *Исеев Р.Р*. Структурные и лингвокультурные аспекты формирования отраслевой терминосистемы: дисс. … канд. филол. наук : 10.02.20 / Руслан Рафаэльевич Исеев. – М., 2013. – 204 с. 5. *Мухаббатов Абдулфазл*. Спортивная терминология современного персидского языка :дисс. ... кан. филол. наук : 10.02.22 / Абдулфазл Мухаббатов. – Душанбе, 2007. – 202 с. 6. *Наджафов Г.Г*. Проблемы терминологии современного персидского языка: автореф. дис. … канд. филол. наук.: спец.10.02.08. «Иранские языки» / Г.Г. Наджафов. – М. – 1976. – 29 с. 7. *Романченко А.А*. Авиационная терминология современного персидского языка (характеристика, классификация, образование и способы пополнения): дисс. … кан. филолог. наук : 10.02.22 / Андрей Анатольевич Романченко. – К.: 2010. – 232 с. 8. *Сотова О.М*. Основные структурно-семантические особенности терминообразования в современном персидском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10. 02. .22 «Языки народов зарубежных стран Европы, Азии, Африки, аборигенов Америки и Австралии» / О.М. Сотова. – М., 2008 – 19 с. 9. *Стахурська Г.Ю*. Активні процеси у перській комп'ютерній субмові : автореф. дис ... канд.філол.наук : спец. 10.02.13 «мови народів Азії, Африки, аборигенних народів Америки і Австралії» / Г.Ю. Стахурська. – К.: Б.в., 2007 . – 24 с. 10. *Сухорукова А.В*. Структурний аналіз перських лінгвістичних термінів / А.В. Сухорукова // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2013. – Т. 26 (65), № 1, ч. 1. – С. 424–431.

Ющенко И.А., асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ ПЕРСИДСКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена критическому обзору исследования формирования терминов в современном персидском языке, а также деятельности Академии персидского языка и литературы ИРИ и ее вкладу в изучение терминологических систем.

Ключевые слова: *терминообразование, терминологическая система, современный персидский язык.*

Yushchenko I., PhD. Student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

CURRENT STATE OF RESEARCH ON TERM-BUILDING IN MODERN PERSIAN LANGUAGE

This article aims at providing critical review on the problems of formation terminological systems of the modern Persian language also the activities of the Academy of Persian Language and Literature of Iran and its contribution to the study of terminology systems are examined.

Key words: *term formation, terminological system, modern Persian language.*

Наукове видання

Мовні і концептуальні картини світу

Випуск 57

Макет і комп'ютерне верстування: *О. Мумінова*

Підписано до друку 14.06.2017 р.
Формат 60 х 84 $^{1}/_{16}$. Папір офсетний. Гарнітура «Тип Таймс».
Обл.-вид. арк. 30,17. Ум.-друк. арк. 24,87. Наклад 300 прим. Зам. № 1615.

Видавничий Дім Дмитра Бураго
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 2212 від 13.06.2005 р.
04080, Україна, м. Київ-80, а/с 41
Тел./факс: (044) 227-38-28, 227-38-86; e-mail: conf@burago.com.ua
www.burago.com.ua