

ISSN 2415-7333 (Online)
ISSN 2311-0821 (Print)

ICV 2016: 59.43

ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ЛІНГВІСТИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія Філологія

2018

Том 21, № 1



Київ
Видавничий центр КНЛУ

ISSN 2415-7333 (Online)
ISSN 2311-0821 (Print)

ICV 2016: 59.43

**Visnyk
of Kyiv National
Linguistic University**

**Visnik
Kyivskoho nacionalnoho
lingvistychnoho universytetu**

**Series Philology
Seriia Filolohiia**

2018

Volume 21, No. 1



**Kyiv
KNLU Publishing Center**

УДК 811.1'1
ББК 81.40/59

ISSN 2415-7333 (Online)
ISSN 2311-0821 (Print)

Реєстраційне свідоцтво № 8830 серія КВ від 03.06.2004 року

Наукове фахове видання України в галузі “Філологічні науки” (Додаток № 8 до наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2015 р., № 1328), входить до наукометричних баз даних **Index Copernicus** (<https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=43291>) та **РИНЦ**.

Рекомендовано до друку ухвалою вченої ради Київського національного лінгвістичного університету від 30 травня 2018 року

Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія: зб. наук. праць / гол. ред. Баган М.П. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2018. Т. 21, № 1. 181 с.

Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія публікує наукові статті та рецензії, присвячені актуальним проблемам сучасного мовознавства та перекладознавства, що висвітлюють особливості розвитку й функціонування германських, романських, слов'янських, східних та інших мов світу, а також знайомить з новими здобутками науковців у сфері когнітивної лінгвістики, зіставного мовознавства, комунікативної лінгвістики, дискурсології, лінгвокультурології, психолінгвістики та лінгвофілософії.

Редколегія

Головний редактор –

доктор філологічних наук, професор М.П. Баган.

Заступник головного редактора –

доктор філологічних наук, професор С.В. Волкова.

Відповідальний секретар –

кандидат філологічних наук Г.Б. Мінчак.

Члени редколегії:

доктор філологічних наук, професор Р. В. Васько,

доктор філологічних наук, професор О. П. Воробйова,

кандидат філологічних наук, доцент Я. В. Гнезділова,

доктор філологічних наук, професор Н. К. Кравченко,

доктор філологічних наук, професор В. Г. Ніконова,

кандидат філологічних наук, доцент І. П. Пініч,

доктор філологічних наук, професор Р. І. Савчук,

доктор філологічних наук, професор І. І. Серякова,

доктор філологічних наук, професор О. І. Стеріополо,

доктор філософії у філології, професор Фарук Сейф, (Сполучені Штати Америки),

доктор філософії у лінгвістиці, професор Е. Табаковська (Республіка Польща),

доктор філологічних наук, професор С. І. Терехова.

Адреса редколегії:

Україна, 03150, Київ-150,

вул. Велика Васильківська, 73,

Київський національний лінгвістичний університет

E-mail: knlu-pzs@ukr.net. Tel.: +38 (050) 571-32-78, (068) 554-23-79.

<http://philmessenger.knlu.edu.ua>

УДК 811.1'1
ББК 81.40/59

ISSN 2415-7333 (Online)
ISSN 2311-0821 (Print)

State Registration Certificate No. 8830 KB series of 03.06.2004

Registered scientific publication of Ukraine in the field of “Philological Studies” (decision of the Presidium for the State Commission for Academic Degrees and Titles of Ukraine of 21.12.2015 № 1328/8), included into **Index Copernicus** (<https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=43291>) and **РИИЦ** (Russian Index of Scientific Citation) data bases.

*Recommended for publication by the decision of Kyiv National Linguistic University
Scientific Board of 30.05.2018*

Visnyk of Kyiv National Linguistic University, Series “Philology” (Visnik Kiïvs'koho nacional'noho lingvističnoho universitetu. Seriâ Philolohiâ): Collection of scientific papers / Editor-in-Chief Myroslava P. Bahan. Kyiv : KNLU Publishing Center, 2018. Vol. 21, No. 1. 181 p.

Visnyk of Kyiv National Linguistic University (Philology series) publishes research articles and book reviews that address topical issues of contemporary linguistics and translation studies, with the aim to reveal the specificity of the evolution and functioning of Germanic, Romance, Slavic, Oriental, and other world languages. The journal acquaints the readers with the latest scholarly gains in Cognitive Linguistics, Contrastive Linguistics, Communicative Linguistics, Discourse Studies, Culture Studies, Psycholinguistics, and Philosophy of Language.

Editorial Board Members

Editor-in-Chief

Doctor of Philology, Professor Myroslava P. Bahan.

Co-Editor

Svitlana V. Volkova, Doctor of Philology, Professor.

Executive Secretary

Candidate of Sciences (Linguistics) Halina B. Minchak.

Editorial Board

Roman V. Vasko, Doctor of Science (Philology), Professor,
Olga P. Vorobyova, Doctor of Science (Philology), Professor,
Yaroslava V. Gnyezdilova, PhD (Philology), Associate Professor,
Nataliya K. Kravchenko, Doctor of Science (Philology), Professor,
Vira G. Nikonova, Doctor of Science (Philology), Professor,
Iryna P. Pinich, PhD (Philology), Associate Professor,
Ruslana I. Savchuk, Doctor of Science (Philology), Professor,
Iryna I. Seryakova, Doctor of Science (Philology), Professor,
Olena I. Steriopolu, Doctor of Science (Philology), Professor,
Farouk Y. Seif, PhD (Philology), Professor Emeritus (USA),
Elzbieta Tabakowska, PhD (Linguistics), Professor Emeritus (Republic of Poland),
Svitlana I. Terekhova, Doctor of Science (Philology), Professor.

Editorial board address

Kyiv National Linguistic University
Velyka Vasyl'kivs'ka Str., 73
03150, Kyiv-150 Ukraine
E-mail: knlu-pzs@ukr.net. Tel.: +38 (050) 571-32-78, (068) 554-23-79.
<http://philmessenger.knlu.edu.ua>

ЗМІСТ

КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

<i>Бречак О. О.</i>	Лінгвопрагматика мовленнєвого акту “реакція на комплімент” (на матеріалі української мови)	9
<i>Кравченко Н. К., Пастернак Т. А.</i>	Прагматическая аттракция: постановка проблемы и введение термина	18
<i>Синявская О. Е.</i>	Коммуникативно-функциональная типология коммерческих наименований	27

ДИСКУРСОЛОГІЯ. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ

<i>Кагановська О. М.</i>	Концептуальний простір французької художньої прози (аналітичний огляд)	38
<i>Качмар О. Ю.</i>	Основні принципи аналізу психотерапевтичного дискурсу: мовний аспект	50
<i>Ковальова О. К.</i>	Стилістичні особливості гіпертекстових посилань у французьких інтернет-ЗМІ	58
<i>Коробка Г. О.</i>	Гумористичний інтрадискурс мовної картини світу окупованого Криму	69
<i>Савчук Р. І.</i>	Лабіринт як знаковий фіксатор наративної стратегії “експресія” у французькому художньому текстотворенні ХХ ст. (на матеріалі роману А. Роб-Грійє “Dans le Labyrinthe”)	81
<i>Хомич В. В.</i>	Текстообразующая функция ассоциативных полей	90

**МОВНА СЕМАНТИКА В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ
ТА КОГНІТИВНОМУ ВИМІРАХ**

<i>Garbuzová R.</i>	Frazelogické neologismy a okazionalizmy v současné české literatuře na příkladu knihy E. Hauserové “Noc v Mejdlovarně”	99
<i>Жихарева О. О.</i>	Концептуальні екотеми в англomовному біблійному екодискурсі	112
<i>Зайцева О. М.</i>	Варіантність у реалізації граматичної категорії роду іменників (на матеріалі українського телевізійного мовлення)	121
<i>Заскалета В. П.</i>	Типологія семантичних полів порівняння за значенням об’єкта (на матеріалі роману-колажу Д. Кешелі “Родаки”) ...	131

<i>Мурат Аксой</i>	Оценочная динамика концептуального поля ТУРЦИЯ в русском медиа-дискурсе 2010-2017-х годов	142
<i>Терехова Д. І.</i>	Психолінгвістичний аналіз асоціативного поля стимулу <i>ЦІННІСТЬ</i> (динамічний аспект)	147
СОЦІОЛІНГВІСТИКА		
<i>Данилевська О. М.</i>	Масове опитування як основний метод діагностування мовної ситуації в українській шкільній освіті	153
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА		
<i>Лалаян Н. С.</i>	Проблеми перекладу крізь призму скопос-теорії	161
<i>Терещенко Л. Я.</i>	Помилки в аудіовізуальному перекладі: лінгвістичний і дидактичний аспекти	168
ІНФОРМАЦІЯ		
<i>Вимоги до рукописів</i>	178

CONTENTS

COMMUNICATIVE LINGUISTICS

<i>Brechak O. O.</i>	Linguopragmatics of speech act “reaction to the compliment” (in Ukrainian language)	9
<i>Kravchenko N. K., Pasternak T. A.</i>	Pragmatic attraction: setting the problem and introduction the term	18
<i>Syniavska O. Ye.</i>	Communicative and functional typology of commercial names ...	27

DISCOURSE STUDIES. TEXT LINGUISTICS

<i>Kahanovska O. M.</i>	Conceptual space of French literary prose (analytical review)	38
<i>Kachmar O. Yu.</i>	Main principles of psychotherapeutic discourse analysis: linguistic aspect	50
<i>Kovalova O. K.</i>	Stylistic features of hypertext links in French internet mass media	58
<i>Korobka H. O.</i>	The humorous intradiscourse of the linguistic picture of the world of the occupied Crimea	69
<i>Savchuk R. I.</i>	Labyrinth as index of narrative strategy “expression” in French literary text composition of the XXth century (in the novel by A. Robbe-Grillet “Dans le Labyrinthe”)	81
<i>Khomich V.V.</i>	Text-forming function of associative fields	90

LINGUISTIC SEMANTICS IN CULTURAL AND COGNITIVE DIMENSIONS

<i>Garbuzová R.</i>	Phraseological neologisms and occasionalisms in modern Czech literature (in a novel “Night in Meidlovarna” by czech writer Eva Hauserova	99
<i>Zhykharieva O. O.</i>	Conceptual ecotopics in English biblical ecodiscourse	112
<i>Zaitseva O. M.</i>	Variability in gender categorisation of nouns (in contemporary Ukrainian TV speech)	121
<i>Zaskaleta V. P.</i>	Typology of semantic fields of comparison according to the object's significance (in D. Keshely's novel collage “Rodaky”)	131
<i>Murat Aksoj</i>	Evaluative dynamics of conceptual field <i>TURKEY</i> in Russian media discourse of the 2010th	142
<i>Terekhova D.I.</i>	Psycholinguistic analysis of associative field of the stimulus <i>ЦИХИСТЬ</i> (dynamic aspect)	147

SOCIOLINGUISTICS

<i>Danylevska O. M.</i>	Mass poll as the main language situation diagnosing method in Ukrainian schooling	153
-------------------------	--	-----

TOPICAL ISSUES OF CONTEMPORARY TRANSLATION STUDIES

<i>Lalaian N. S.</i>	Translation problems in the light of Skopos theory	161
<i>Tereshchenko L. Y.</i>	Mistakes in Audiovisual Translation: Linguistic and Didactic Aspects	168

Information

<i>Guidelines for authors</i>	178
-------------------------------	-------	-----

КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.161.2:81: 272

ЛІНГВОПРАГМАТИКА МОВЛЕННЄВОГО АКТУ “РЕАКЦІЯ НА КОМПЛІМЕНТ” (на матеріалі української мови)

БРЕЧАК О. О.

кандидат філологічних наук, доцент
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури
brechak@gmail.com

У статті висвітлено прагматичні особливості реакції на комплімент українською мовою. Виявлено універсальні й етноспецифічні характеристики респонсивних реплік, якими реагують на комплімент носії української мови. Визначено найпоширеніші реакції українців на комплімент, зокрема: неприйняття з применшенням значення денотованої компліментом характеристики; неприйняття з інверсією суб'єкта компліменту; імпліцитного неприйняття; неприйняття компліменту з одночасною абсолютизацією позитивно-оцінної характеристики, денотованої компліментом.

Ідентифіковано й проаналізовано етноспецифічні вияви універсальних прагматичних стратегій ввічливості і кооперації. Визначені особливості порушень максим релевантності, кількості і якості інформації, обгрунтована функція таких порушень як триггеру конверсаційних імплікатур, пов'язаних з імпліцитним поясненням реакції неприйняття компліменту. Реактивні репліки неприйняття компліменту проаналізовано з погляду теорії мовленнєвих актів – у форматі концепції комплексної ілокуції.

Ключові слова: реакція на комплімент, стратегії ввічливості, максими кооперації, комплексна ілокуція.

LINGUOPRAGMATICS OF SPEECH ACT “REACTION TO THE COMPLIMENT” (in Ukrainian language)

BRECHAK Olena Olegivna,
PhD in Philology, Associate Professor
National Academy of Fine Arts and Architecture
brechak@gmail.com

Introduction. The paper addresses one of the important issues in the field of pragmatics – the problem of ethnic / cultural specificity of pragmatic reaction to the compliment, which is understudied as compared to the study of Compliment. The problem of the pragmatic specificity of the reaction to the compliment in Ukrainian language may contribute to the scientific research in the field of ethnopr pragmatics, the pragmatic potential of linguistic-cultural concepts, ethnic conventions of speech acts.

The purpose of the research is in the revealing of the universal and ethnospecific characteristics of the reactions to a compliment in the framework of the “face and politeness” theory, the theory of cooperative principle and implicatures, along with the particular aspects of the speech acts theory.

The research is grounded on the integrative **methodology** based on Grice's Cooperative Principle and the Theory of Conversational Implicatures, Speech Acts' theory and Brown & Levinson's politeness theory.

The major **results** refer to the identification of the typical reactions to the compliment while investigating the ethnospecific manifestations of universal pragmatic strategies of politeness

and co-operation. We have identified and described the most widespread reactions of Ukrainians to compliment. The first type includes the reaction of rejection with the depreciation of the value of the characteristics denoted by compliment. The second one consists in the compliment rejection with inversion of the compliment's subject. The third one is an implicit rejection. The fourth one is the reaction of rejection with the simultaneous absolutization of the positive-evaluative characteristic denoted by the compliment. The basic types of ethnospecific manifestations of universal pragmatic strategies of politeness and co-operation have been identified and analyzed. The patterns of violations of the cooperative maxims of relevance, quantity and quality of the information are determined as the triggers of conversational implicatures substantiating the compliment non-acceptance. Reactive strategies of non-acceptance of the compliment are specified from the viewpoint of speech acts theory – in the format of the concept of complex illocution.

Conclusions. The paper concludes that the specifics of non-acceptance strategy relies on the cooperative maxims' flouting, which triggers the conversational implicatures as an additional explicit substantiation of the compliment non-acceptance. Non-acceptance strategy realizes the maxim of modesty associated with the structure of the concept of "modesty" in the world pictures of the Eastern Slavs. Non-acceptance strategy involves additional illocutionary goals associated either with rejection or with implicit acceptance of the compliment.

Keywords: reaction to the compliment, strategies of politeness, cooperative maxims, complex illocution.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. Проблема прагматичної специфіки різних дискурсивних жанрів у лінгвокультурологічному висвітленні відзначена незмінною актуальністю з огляду на її дотичність до наукових розвідок у галузі етнопрагматики, дослідження прагматичного потенціалу лінгвокультурних концептів, етномаркованих конвенцій мовленнєвої поведінки.

Актуальність статті визначається загальною комунікативно-функціональною спрямованістю сучасних лінгвістичних студій на вивчення етнопрагматичних особливостей комунікативних одиниць різного рівня складності – від висловлення до дискурсу.

Об'єктом наукового аналізу в статті слугують мовленнєві акти – реакції на комплімент, насамперед різноманітні стратегії неприйняття. **Предметом** – специфіка етноспецифічної реалізації в мовленнєвих актах реагування на комплімент універсальних комунікативних стратегій ввічливості, кооперації і релевантності.

Мета статті – виявлення прагматичних особливостей реакції на комплімент українською мовою – конкретизується в низці **завдань**:

- 1) визначити специфіку прагматичної організації реакції на комплімент українською мовою в ракурсі принципу і максимум кооперації (Grice, 1975);
- 2) з'ясувати прагматичну специфіку реакції неприйняття компліменту в розрізі теорії обличчя і ввічливості (Brown & Levinson, 1987);
- 3) виявити актомовленнєві характеристики стратегій неприйняття компліменту;
- 4) обґрунтувати зв'язок між лінгвопрагматичними характеристиками компліменту українською мовою і ключовими концептами наївної картини світу українців.

Для досягнення зазначеної мети в статті використана комплексна **методика**, що поєднує елементи методу аналізу мовленнєвих актів (Austin, 1962; Searle, Vanderveken, 1985) і, зокрема, прийом установлення складників комплексної ілокуції непрямих і прямих актів (Kravchenko, 2017; 2017a); метод аналізу відхилень від кооперативних максимум і вилучення конверсаційних імплікатур, що ґрунтується на теорії Г.П. Грайса (1975) і його послідовників (Bach, 1994; 2012; Horn, 2004), елементи методу дослідження стратегій і максимум ввічливості, запропонованого в працях П. Брауна й С. Левінсона (1987).

Новизна роботи зумовлена тим, що в ній уперше у вітчизняному мовознавстві і, наскільки нам відомо, у закордонних наукових студіях виконано комплексний інтегративний аналіз

лінгвопрагматичних особливостей мовленнєвих актів реагування на комплімент українською мовою з огляду на етноспецифічну реалізацію в стратегіях неприйняття компліменту універсальних принципів і конвенцій комунікації.

Матеріалом дослідження слугував корпус із 50 спонтанних діалогів із повсякденного спілкування в побутовій сфері, організованих у формі секвенцій “комплімент – реакція на комплімент”.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічним підґрунтям статті є праці вітчизняних (Бигунова, 2015; Зубець, 2015; Кравченко, 2015; Кровицька, 2005; Кузенна, 2010; Мельник, 2013; Мищенко, 1999) і закордонних (Brown & Levinson, 1987; Herbert, 1986; Holmes, 1988; Miriam, 2012; Wolfson & Manes, 1980; Серебрякова, 2001) авторів, присвячені вивченню компліменту, а також універсальних і культурно-специфічних мовленнєвих реакцій на комплімент представників різних лінгвокультурних співтовариств.

Багато сучасних наукових розвідок сфокусовано на різних аспектах вивчення компліменту. Зокрема, дослідників цікавить національна специфіка компліменту українською мовою, що віддзеркалює комунікативно-поведінкові норми етикетної поведінки української лінгвокультурної спільноти, виявляючи такі риси українців, як доброзичливість, простота, привітність, вдячність, щирість (Зубець, 2015; Богдан, 1998; Кровицька, 2005), вдалими є спроби відмежування компліменту від “суміжних” за змістом комунікативних явищ – лестощів, похвали, схвалення (Бигунова, 2015).

Мовознавці сформулювали основні критерії класифікації компліментів: за характером форми (раціональні й оцінні); за ознаками, що підлягають схваленню (компліменти зовнішньому вигляду людини загалом, компліменти моральним якостям, здібностям, майстерності, кваліфікації тощо); за способом реалізації (прямі й непрямі) (Мищенко, 1999), за ступенем розгорнутості (короткі й розгорнуті). Жанрова диференціація компліментів запропонована за критерієм змісту (комплімент-схвалення, комплімент-лестощі, комплімент-насмішка, комплімент-подяка, комплімент-іронія, комплімент-поздоровлення, комплімент-привітання, комплімент-прощання, комплімент-співчуття тощо) (Кровицька, 2005; Зубець, 2015). Проте, на нашу думку, зазначена таксономія має враховувати не так семантичний, як ілокутивний критерій виокремлення різних видів компліментів (тобто основну інтенцію мовця-адресанта), оскільки комплімент може бути непрямим мовленнєвим актом, що маскує зовсім інші змістові імплікації (наприклад, схвалення може маскувати лестощі, подяка імплікувати насмішку тощо).

Окремим аспектом вивчення компліментів є зіставний аналіз цього комунікативного акту в різних лінгвокультурах – наприклад, українській і англійській (Кузенна, 2010), російській і англійській (Серебрякова, 2001). Зокрема, науковці доходять висновку про те, що прямий комплімент більш характерний для української лінгвокультури, а непрямий – для англійської. Англійські комуніканти частіше звертають увагу в компліментах на такі якості людини, як щедрість, сміливість, скромність, вихованість, чесність, релігійність, а українські співрозмовники – на такі якості, як доброта та розум. Більшою різноманітністю в англійській лінгвокультурі, порівняно з українською, вирізняються компліменти, що стосуються здібностей адресата (Кузенна, 2010, с. 21-26).

У ракурсі теорії “обличчя і ввічливості” комплімент розглядається як дієвий засіб пом’якшення “загроз” обличчю адресата і один з виявів стратегії позитивної ввічливості (Brown & Levinson, 1987; Holmes, 1988; Wolfson & Manes, 1980) як ввічливості зближення і вияву інтересу до співрозмовника, що уособлюється концептами “інтерес”, “єдність”, “контакт” і слугує створенню солідарності між адресантом та адресатом та підтримці цієї солідарності.

У розрізі теорії мовленнєвих актів комплімент визначається як експресив (Мельник, 2013). Для завдань нашого дослідження важливим є висновок науковців про те, що комплімент

відзначений специфікою ілокутивної сили, яка має комплексний характер, підпорядковуючи додаткові ілокутивні цілі, пов'язані з прагненням принести задоволення адресату й висловити своє позитивне ставлення до нього (Мищенко, 1999).

Зважаючи на те, що комунікативний акт компліменту є двоходовим утворенням, що складається з самого компліменту і відповіді на нього, низка досліджень присвячена вивченню саме реакцій на комплімент. Найзагальнішим спостереженням є те, що, незважаючи на етноспецифічність реакцій на комплімент, усі такі реакції мають певні універсальні особливості. Зокрема, представники різних лінгвокультур дуже рідко обмежуються у своїх реакціях на комплімент просто подякою (як еквівалентом згоди з думкою співрозмовника). Передусім особливості реакції на комплімент залежать від характеристики, денотованої компліментом.

Наприклад, якщо в Італії комплімент з приводу зовнішності або власності найчастіше сприймається прямо, із висловленням подяки за комплімент, то позитивна оцінка рис характеру, професійних якостей і навичок, навпаки, передбачає реакцію обмеженого прийняття компліменту. На протигагу цьому, у Німеччині комплімент щодо характеру приймають набагато частіше, ніж комплімент з приводу зовнішності, майна або особистісних рис. Крім цього, німці "перевіряють" правдивість мовленнєвого акту компліменту і його щирість за допомогою прямих запитань. У Новій Зеландії 62 % жінок і 64 % чоловіків використовують знаки згоди з компліментом (Holmes, 1988, p. 460), тоді як 38 % жінок і 34 % чоловіків відкидають такий вираз схвалення і люб'язності. Американці удвічі частіше відповідають на комплімент чимось іншим, ніж просто згодою з ним або подякою у вигляді "спасибі", "дякую" (Herbert, 1986, p. 80).

Відповідно до соціокультурного коду японців, що називається "wakimae" ("проникливість"), ввічливим вважається застосування конвенційної стратегії "неприйняття" компліменту, адресованого собі або членам своєї "внутрішньої групи" (родині, чоловіку, дружині, дітям тощо), оскільки згода з компліментом інтерпретується як самовихваляння, що ніби звеличує того, кому призначений комплімент, над іншими людьми (Кравченко, 2017, с. 131).

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на те, що аналізу компліменту присвячено чимало наукових праць вітчизняних дослідників, як ми намагалися показати вище під час огляду науково-методичного підґрунтя статті, реакція на комплімент в її етнокультурному або соціолінгвістичному висвітленні майже не була предметом дослідницьких інтересів – за винятком поодиноких праць (Кравченко, 2015), що стало вагомим аргументом на користь написання цієї статті.

Як показав матеріал нашого дослідження, українці, порівняно з представниками інших лінгвокультур, не є винятком у тому сенсі, що їхня реакція доволі рідко обмежується лаконічним "дякую". Зокрема, в українців поширені такі реакції:

1. Неприйняття із применшення значення денотованої компліментом характеристики.

- А. *Я в житті не зустрічав добрішої людини, ніж Ти!
Не кажи дурниць. Мені це не коштувало жодних зусиль.*
- Б. *Навіть не знаю, як Вам віддячити за мою дитину.
Дрібниці. Будь-хто вчинив би на моєму місці так само.*
- В. *Ви надзвичайно цікава людина.
Це Вам тільки так здається.*

2. Неприйняття з інверсією об'єкта компліменту.

- А. *Ти маєш чудовий вигляд.
Ти виглядаєш набагато краще за мене.*
- Б. *У тебе дуже модна сукні.
Та ні. У тебе набагато модніша.*

3. Імплицитного неприйняття:

- А. *Ваша донька чудово виглядає!*
Вона просто виснажує себе нескінченними дістами.
- Б. *У вас такий слухняний хлопчик.*
Ви просто не бачили, що він витворює вдома.

4. Неприйняття компліменту з одночасною абсолютизацією (у позитивно-оцінному плані) характеристики, денотованої компліментом.

- А. *Ви сьогодні неперевершений!*
На жаль, це не так. Я навіть не встиг як слід підготуватися.
- Б. *Білий колір волосся робить Вас молодшою.*
А мені здається, він мене старить.

Розглянемо зазначені типи, зважаючи на лінгвопрагматичні особливості мовленнєвих реакцій на комплімент.

У всіх трьох випадках відбувається порушення від однієї до всіх максим кооперації. Порушується, зокрема, максима релевантності інформації – як у 2 А і 2 Б та 3 А і 3 Б. У репліці мікродіалогу 3 А, наприклад, співрозмовник свідомо відхиляється “від теми”, що є тригером конверсаційної імплікатури: “Я не задоволена тим, що з нею відбувається, і, отже, її виглядом”. Порушення максими релевантності спостерігається також у 3 Б, що дозволяє співрозмовнику вилучити імплікатуру про те, що насправді хлопчик не є слухняним.

Характерним для стратегії неприйняття компліменту є порушення максими кількості інформації. Зокрема, відповідь співрозмовника на комплімент може бути занадто багатослівною, тобто він подає “зайву” інформацію, більшу за звичайну подяку, яку очікують від нього (мікродіалоги 1, 2, 4). І, навпаки, у 3 А і 3 Б максима кількості інформації порушується вже у “зворотному” напрямі, адже адресат лише натякає на незгоду з компліментом, не надаючи достатньої кількості інформації для валідності свого заперечення.

Крім того, під час реалізації стратегії неприйняття компліменту з позитивною абсолютизацією характеристики, денотованої компліментом, порушується кооперативна максима якості інформації (ширості), оскільки на рівні імплікатури не лише відновлюється смисл щодо згоди з компліментом, а й має місце інтенсифікація позитивної оцінки, а саме: “Якщо я здавався неперевершеним цього разу, коли погано підготувався, то можна лише уявити, як чудово я виступаю, коли підготуюся” (мікродіалог 4 А).

Науковці (Кравченко, 2015, с. 133-134) пояснюють механізм інтенсифікації позитивно денотованої компліментом оцінки так: під час “псевдоспростування” комплімент позбавляють його фактичної підстави – прив’язки до часу, простору, артефактів, відділяють від конкретних обставин і тим самим абсолютизують до рівня іманентної характеристики суб’єкта. Іншими словами, фіксація в “реакції неприйняття” на обставині, “несприятливій” для позитивної оцінки характеристики (зовнішності, риси характеру, здібностей, успіху в конкретній ситуації та ін.), імплицитно підсилює саму оцінку, абсолютизуючи її як невід’ємну рису суб’єкта оцінки.

У розрізі концепту “обличчя і ввічливості” всі три типи реакції українців на комплімент реалізують максиму скромності (“неприйняття похвали на свою адресу”). У прикладах 1 А, Б, В зазначена максима поєднана з максимою великодушності – намаганням уникнути з боку комунікативного партнера відчуття зобов’язання за надану послугу. У 2 А і Б максима скромності залучає також максиму схвалення, що фокусується на позитивному оцінюванні інших.

В 1 А як частина реакції на комплімент експліцитно застосовується акт, що має загрожувати обличчю інтерактанта як за своєю ілокутивною силою (прямий немітигований директив), так і за семантичним наповненням (інвективний акт, що загрожує позитивному обличчю): “Не кажи дурниць”. Проте в контексті мікродіалогу такий акт не здається образливим і, більше того, виконує зворотну функцію, оскільки скорочує дистанцію між тим, хто надав послугу,

і його “боржником”. Відповідно, зазначений акт є реалізацією стратегії “bold on record”, коли “образливий” мовленнєвий акт не сприймається як такий у ситуації особливих взаємовідносин між комунікантами (між друзями, родичами тощо) або в інституційному середовищі (в інтеракціях “лікар-пацієнт”, “викладач-студент”, “слідчий-допитуваний” тощо, де вживання директив, прямих немітигованих запитань та інших *face threatening acts* не становлять загрози обличчю комуніканта, якому вони адресовані.

У мікродіалогах 2 А і 2 Б наявне імпліцитне неприйняття компліменту, що полягає у відповіді компліментом на комплімент. Відповідно до “теорії обличчя і ввічливості” (Brown & Levinson, 1987) така реакція є виявом однієї зі стратегій позитивної ввічливості як ввічливості уваги, інтересу до співрозмовника і намагання з ним порозумітися.

З погляду теорії мовленнєвих актів (Austin, 1962; Searle & Vanderveken, 1985), реактивну репліку неприйняття можна розглядати як нетранспонований акт (акт, який містить додаткову ілокуцію, проте, на відміну від транспонованих актів, вона не змінює ілокутивного типу акту) (Kravchenko, 2017; 2017a). Тобто всі проаналізовані вище акти залишаються репрезентативами / асертивами, але відзначені комплексним характером ілокутивної сили: крім експлікованої частини інтенції, сформульованої як неприйняття компліменту з обґрунтуванням причини такого неприйняття, визначені такі додаткові компоненти ілокуції:

- 1) нівелювання компліменту через атрибуцію вчинку (характеристики), гідного компліменту, статусу узагальненої поведінкової норми, як у прикладах 1 А, 1 Б і 1 В;
- 2) позитивна оцінка адресатом свого співрозмовника (тобто адресанта компліменту), як у мікродіалогах 2 А і 2 Б;
- 3) інтенсифікація (абсолютизація) позитивно-оцінної характеристики, денотованої компліментом, що корелює зі стратегією псевдонеприйняття компліменту (приклади 4 А і 4 Б);
- 4) негативна інтерпретація позитивно-оцінної характеристики, денотованої компліментом, як у 3 А і 3 Б.

Якщо обґрунтувати реакцію неприйняття компліменту в когнітивному ракурсі, то ми поділяємо думку української мовознавиці Н.К. Кравченко (2015, с. 131-137), яка вбачає причину такої реакції у двох площинах – універсальній й етноспецифічній. В універсальному плані стратегія неприйняття зумовлена, на думку дослідниці, архетипними уявленнями в різних національних картинах світу про небезпеку похвали як можливого джерела пристриту. В етнолінгвістичному плані стратегія неприйняття може бути пояснена амбівалентністю оцінки скромності як етичної норми і типу поведінки представниками української та російської лінгвокультур. Так, у структурі концепту “скромність” виявляються ознаки, характерні як для переоцінки цього поведінкового стереотипу (Скромність прикрашає людину; Добра справа сама себе хвалить), так і його недооцінки (Сам себе не похвалиш – ніхто не похвалить).

Амбівалентність концепту “скромність” вимагає компенсації на рівні прагматики: крім етикетної (стандартного неприйняття компліменту), реалізуються інші ілокутивні цілі, деякі з яких ми намагалися представити вище, а саме: позитивної саморепрезентації (формального дотримання максими скромності), маніпулятивна (інтенсифікація позитивної оцінки під виглядом неприйняття компліменту) тощо.

У термінології конверсаційного аналізу (Jefferson, 1972; Sacks, 1992; Schegloff, 1996, 1999) комплімент можна представити як двокомпонентну секвенцію, що охоплює два мовленнєві ходи різних учасників. При цьому функція компліменту як ініціюючого висловлення встановлюється лише після його контекстуалізації з відповіддю – реакцією на комплімент. Так, комплімент-подяка за послугу може генерувати такі різні реакції, як згода, неприйняття, неприйняття з нівелюванням цінності послуги, репліка-обіцянка допомоги наступного разу (“Звертайтеся. Завжди буду радий вам допомогти”). З іншого боку, відповідно до принципу релевантності як центральної категорії конверсаційного аналізу, зазначені реакції на комплімент

(точніше, набір реакцій) є досить прогнозованими, що пов'язано зі здатністю першої частини секвенції генерувати зміст другої. Дослідники також зазначають, що з погляду конверсаційної структури мовленнєвий хід неприйняття компліменту здатний ініціювати бічну секвенцію, у якій адресант компліменту наполягатиме на справедливості своєї оцінки з метою отримання від співрозмовника більш релевантної реакції на комплімент (Кравченко, 2015).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Матеріал дослідження дозволив дійти висновку щодо специфічності реалізації стратегії неприйняття компліменту в українській лінгвокультурі. Основними прагматичними особливостями такої стратегії є порушення у відповіді на комплімент максим кількості, релевантності і якості інформації, завдяки чому активуються конверсаційні імплікатури, що містять додаткове до експліцитно сформульованого обґрунтування реакції неприйняття. У ракурсі концепту "обличчя і ввічливості" всі реакції неприйняття компліменту реалізують максимум скромності, що може посилюватися максимами великодушності і схвалення і пов'язана з особливостями структурування концепту "скромність" у картинах світу східних слов'ян. У розрізі теорії мовленнєвих актів стратегія неприйняття компліменту залучає додаткові ілокутивні цілі, пов'язані з обґрунтуванням неприйняття або імпліцитного прийняття компліменту.

Виконане дослідження відкриває перспективи для таксономії реакцій на комплімент залежно від ознак, що підлягають схваленню, а також поглиблення когнітивно-прагматичного аспекту у вивченні як компліменту, так і реакції на нього у зв'язку з комунікативно-прагматичним потенціалом концептів-констант "скромність" і "ввічливість" у картинах світу різних етносів.

ЛІТЕРАТУРА

- Бигунова, Н. А. (2015). Одобрение, похвала, комплимент и лесть в теории речевых актов. *Записки з романо-германської філології*, 2 (35), 31-40.
- Богдан, С. К. (1998). *Мовний етикет українців: традиції і сучасність*. Київ: Рідна мова.
- Зубець Н. О. (2015). Прагматика компліментного акту мовлення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Лінгвістика"*, 22, 142-147.
- Кравченко, Н. К. (2015). Стратегия псевдо-непринятия комплимента в русской и украинской лингвокультурах. *Limes Slavicus. Славянствовто: границы на общности* (с. 131-137). Шумен.
- Кравченко, Н. К. (2017). *Дискурс и дискурс-анализ: краткая энциклопедия*. Киев: Интерсервис.
- Кровицька, О. В. (2005). *Українська лексикографія: теорія і практика*. Львів: Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України.
- Кузенна, Н. М. (2010). Мовний акт "комплімент" в сучасній комунікації. *Наукові записки КДПУ. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*, 89 (2), 21-26.
- Мельник, І. М. (2013). Ввічливі експресивні акти мовлення (на матеріалі іспанської мови). *Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови*, 21, 177-182.
- Мищенко, В. Я. (1999). Косвенные способы реализации иллокуции комплимента. *Вісник Харківського державного університету. Романо-германська філологія*, 430, 101-107.
- Серебрякова, Р. В. (2001). Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах. *Язык, коммуникация и социальная среда*, 1, 1-5.
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.
- Bach, K. (1994). Conversational implicature. *Mind & language*, 9, 124-162.
- Bach, K. (2012). Saying, meaning, and implicating. *The Cambridge handbook of pragmatics*, edited by Peter K. (pp. 23-45). New York: Cambridge University Press.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and semantics*, 3, 41-58.

- Herbert, R. K. (1986). Say “thank you” – or something. *American Speech*, 61, 76-88.
- Holmes, J. (1988). Paying compliments: a sex-preferential politeness strategy. *Journal of Pragmatics*, 12, 445-465.
- Horn, L.R. (2004). Implicature. In L. R. Horn & G. Ward. (Eds.), *The handbook of pragmatics* (pp. 3-28).
- Jefferson, G. Side sequences. *Studies in social interaction* (pp. 294-338). New York: Free Press .
- Kravchenko, N. (2017). Illocution of direct speech acts via conventional implicature and semantic presupposition. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The Journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, I(1), 128-168. Retrieved from www.degruyter.com/downloadpdf/.
- Kravchenko, N. (2017a). Indirect speech acts' via conversational implicatures and pragmatic presuppositions. *Cognition, communication, discourse. International On-line Journal*, 14, 54-66. Retrieved from <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>
- Miriam, R. (2012). Compliment Responses in Italian and German. *International Journal of Innovative Interdisciplinary Research*, 2, 77-100.
- Sacks, H. (1992). *Lectures on Conversation*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Schegloff, E. A. (1999). Discourse, Pragmatics, Conversation, Analysis. *Discourse Studies*, 1 (4), 405-435.
- Schegloff, E. A. (1996). Issues of Relevance for Discourse Analysis: Contingency in Action, Interaction and Co-Participant Context. *Computational and Conversational Discourse: Burning Issues – An Interdisciplinary Account*. (pp. 3-38). Heidelberg: Springer Verlag.
- Searle, J. R. (1975). Indirect speech acts. *Syntax and Semantics*, 3: Speech Acts, 59-82.
- Searle, J. R. & Vanderveken, D. (1985). *Foundations of Illocutionary Logic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wolfson, N & Manes, J. (1980). The compliment as a social strategy. *Papers in Linguistics*, 13 (3), 391-410.

REFERENCES

- Bigunova, N. A. (2015). Odobrenije, pohvala, kompliment i liest' v teoriji rechevych aktov. *Zapiski z romano-hermanskoj Filolohiji*. 2 (35), 31-40.
- Bohdan, S. K. (1998). *Movnyj etyket ukrajintciv: tradytciji i suchastnost'*. K.: Ridna mova.
- Zubets, N. O. (2015). Pragmatyka komplimentarnogo aktu movlennia. *Naukovyj Visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Serija Lingistyka*. 22, 142-147.
- Kravchenko, N. K. (2017). Discurs s discurs-analiz: kratkaja entsyklopedija. Kiev: Interservis.
- Kravchenko, N. K. (2015). Stratehija psevdoniepriniatija komplimenta v russkoj i ukrains'koj lingvokul'turah. *Limes Slavicus. Slavianstvo: hranitsy na obschnostta* (s. 131-137). Shumen.
- Krovyts'ka, O. V. (2005). *Ukrains'ka leksykohrafiia: teoriia i praktyka*. L'viv: Instytut ukrajinoznavstva im. I. Kryp'jakevycha NAN Ukrainy.
- Kuzenna, N. M. (2010). Movnyj akt “compliment” v suchasnij komunikatsiji. *Naukovi zapysky KDPU. Serija Filolohichni nauky (movo-znavstvo)*. 89 (2), 21-26.
- Mel'nyk, I. M. (2013). Vvichlyvi ekspresyivni akty movlennia (na materialy ispan'skoj movy). *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Serija inozemni movy*. 21, 177-182.
- Myschenko, V. J. (1999). Kosvennyje sposoby realizatsii illokutsii komplimenta. *Visnyk Kharkivskoho natsional'noho universytetu. Romano-Hermans'ka Filolohiia*.
- Serebriakova, R. V. (2001). Natsional'naja spetsyfika komplimenta i pohvaly v russkoj i anglijskoj komunikativnyh kul'turah. *Jazyk, komunikatsija i sotsial'naja sreda*. 1, 1-5.
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.
- Bach, K. (1994). Conversational implicature. *Mind & language* (Vol. 9, p.p. 124-162).
- Bach, K. (2012). Saying, meaning, and implicating. *The Cambridge handbook of pragmatics*. New York: Cambridge University Press (p.p. 23-45).
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and semantics* (Vol. 3, pp. 41-58).
- Herbert, R. K. (1986). Say “thank you” – or something. *American Speech* (Vol. 61, pp. 76-88).
- Holmes, J. (1988). Paying compliments: a sex-preferential politeness strategy. *Journal of Pragmatics*, 12, 445-465.
- Horn, L. R. (2004). Implicature. *The handbook of pragmatics*, p.p. 3-28.
- Jefferson, G. (1972). Side sequences. *Studies in social interaction*. New York: Free Press (pp. 294-338).
- Kravchenko, N. (2017). Illocution of direct speech acts via conventional implicature and semantic presupposition. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The Journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava. Warsaw: De Gruyter Open* (Vol. I(1), p.p. 128-168). Retrieved from www.degruyter.com/downloadpdf/.
- Kravchenko, N. (2017a). Indirect speech acts’ via conversational implicatures and pragmatic presuppositions. *Cognition, communication, discourse. International On-line Journal*, 14, 54-66. Retrieved from <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>
- Miriam, R. (2012). Compliment Responses in Italian and German. *International Journal of Innovative Interdisciplinary Research*, 2, 77-100.
- Sacks, H. (1992). *Lectures on Conversation*. Oxford: Wiley-Blackwell (Vol.1, 2).
- Schegloff, E.A. (1999). Discourse, Pragmatics, Conversation, Analysis. *Discourse Studies*, 1(4), 405-435.
- Schegloff, E. A. (1996). Issues of Relevance for Discourse Analysis: Contingency in Action, Interaction and Co-Participant Context. *Computational and Conversational Discourse: Burning Issues – An Interdisciplinary Account*. – Heidelberg: Springer Verlag (pp. 3-38).
- Searle, J. R. (1975). Indirect speech acts. *Syntax and Semantics*, 3: Speech Acts, 59-82.
- Searle, J. R. & Vanderveken, D. (1985). *Foundations of Illocutionary Logic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wolfson, N & Manes, J. (1980). The compliment as a social strategy. *Papers in Linguistics*, 13 (3), 391-410.

Дата надходження до редакції 23.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 81'42

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АТТРАКЦИЯ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ВВЕДЕНИЕ ТЕРМИНА

КРАВЧЕНКО Н. К.

доктор филологических наук, профессор
Киевский национальный лингвистический университет
NKravchenko@outlook.com

ПАСТЕРНАК Т. А.

кандидат филологических наук, доцент
Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины
tanya.pasternak@gmail.com

В статье обосновывается и вводится в научный обиход новый лингвистический термин “прагматическая аттракция” по аналогии с существующими в лингвистике понятиями паронимической, семантической и синтагматической аттракции на основании взаимообусловленности и взаимном “притяжении” различных прагматических феноменов. Идентифицированы и описаны основные типы прагматической аттракции: аттракция информационно-прагматических параметров (иллокутивные смыслы, имплицатуры, пресуппозиции), аттракция интенционально-стратегических параметров (коммуникативные конвенции, роли, стратегии, тактики, речевые ходы), аттракция неоднородных параметров (взаимообусловленность параметров двух первых типов аттракции), а также проанализированы особенности структурных взаимосвязей между выявленными типами.

Ключевые слова: прагматическая аттракция, типы прагматической аттракции, структурные взаимосвязи, иллокуция, имплицатура, коммуникативные конвенции.

ПРАГМАТИЧНА АТРАКЦІЯ: ФОРМУЛЮВАННЯ ПРОБЛЕМИ ТА ВВЕДЕННЯ ТЕРМІНА

Стаття присвячена введенню в науковий обіг нового лінгвістичного терміна “*прагматична атракція*” за аналогією з поняттями паронімічної, синонімічної й синтагматичної атракції на основі взаємозумовленості й взаємотяжіння різних прагматичних феноменів. **Мета** статті – довести релевантність вказаного терміна, з’ясувати його семантичні межі та співвідношення з іншими лінгвістичними поняттями.

Методи. Дослідження базується на методах прагматичного аналізу, структурного аналізу та текстового аналізу.

Результати. У роботі визначено та описано три основні види прагматичної атракції. Перший тип – це залучення інформаційних та прагматичних параметрів, пов’язаних з нав’язуванням неявних значень та вирішенням ілокутивних значень, імплікатур (як умовних, так і нестандартних) та припущень (прагматичних, семантичних тощо). Другий передбачає залучення інтенсифікаційних та стратегічних параметрів, які визначають способи оптимізації інтерактивності: комунікативні звичаї, комунікативні ролі, стратегії, тактики, та мовленнєвих перетворень. Третій полягає в застосуванні неоднорідних параметрів, що поєднує умови та способи прикріплення прагматичної інформації з попередніх двох категорій. У роботі проаналізовано особливості структурних взаємозв’язків між цими типами прагматичної атракції.

Побудовано ієрархію інтенційно-стратегічних параметрів, що визначають розвиток прагматичної атракції, очільне місце в цій ієрархії відведено комунікативним конвенціям як ритуалізованим стратегіям, або принципам комунікації. В універсально-типологічному плані основними є принцип співробітництва, який реалізується за допомогою чотирьох відомих максим (стратегій) кооперацій, і принцип ввічливості, який утілений у стратегіях позитивної, негативної ввічливості, а також стратегії bald-on-record і bald-off-record.

Висновки. Підсумовано, що схарактеризовані типи прагматичної аттракції мають специфічні види структурних зв'язків: неієрархічний взаємозв'язок однорідних параметрів (перший тип прагматичного притягання), ієрархічний взаємозв'язок однорідних параметрів (другий тип прагматичного притягання) та ієрархічний взаємозв'язок неоднорідних параметрів (третій тип прагматичного тяжіння).

Ключові слова: прагматична аттракція, типи прагматичної аттракції, структурні взаємозв'язки, ілокуція, імплікатура, комунікативні конвенції.

PRAGMATIC ATTRACTION: SETTING THE PROBLEM AND INTRODUCTION THE TERM

KRAVCHENKO Nataliia Kymivna

Doctor of Sciences (Philology), Professor
Kyiv National Linguistic University
NKravchenko@outlook.com

PASTERNAK Tetiana Anatoliivna

Candidate of Sciences (Philology), Assistant Professor
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
tanya.pasternak@gmail.com

Introduction. The paper focuses on the defining a new linguistic term of *pragmatic attraction*, starting a case-study for its grounding in the system of scientific terms and notions.

Purpose. The paper aims at defining the term “pragmatic attraction” by analogy with already used in linguistics notions, such as *paronymic attraction*, *semantic attraction*, and *syntagmatic attraction* based on its interconditionality and mutual “attraction” of different pragmatic phenomena.

Methods. The research is based on the methods of pragmatic analysis, structural analysis and textual analysis.

Results. The paper identified and described three main types of pragmatic attraction. The first type is the attraction of information and pragmatic parameters connected with attaching implicit meanings and dealing with illocutionary meanings, implicatures (both conventional and non- conventional), and presuppositions (pragmatic, semantic, etc). The second one is the attraction of intensional and strategic parameters, which specifies the ways to optimize interactivity: communicative conventions, communicative roles, strategies, tactics and speech turns. The third one, the attraction of heterogeneous parameters, which combines the conditions and the ways to attach pragmatic information from the previous two categories. The paper analysed the peculiarities of structural interrelations among these types of pragmatic attraction.

Conclusions. We have concluded that the outlined types of pragmatic attraction have specific kinds of structural relations: non- hierarchical interrelation of homogeneous parameters (first type of pragmatic attraction), hierarchical interrelation of homogeneous parameters (second type of pragmatic attraction), and hierarchical interrelation of heterogeneous parameters (third type of pragmatic attraction).

Key words: pragmatic attraction, types of pragmatic attraction, structural interrelations, illocution, implicature, communicative conventions.

Постановка проблемы и обоснование актуальности ее решения. Проблема прагматической аттракции является новой и, соответственно, неисследованной в современной лингвопрагматике. Актуальность темы статьи не вызывает сомнения, так как изучение феномена аттракции на прагматическом уровне может пролить свет на такие неизменно актуальные проблемы современного языкознания, как структурированность речи / коммуникации, иерархия и таксономия прагматических параметров дискурса, принципы обеспечения дискурсивной целостности. Термин **прагматическая аттракция** вводится по аналогии с известными в лингвистике понятиями: *паронимическая аттракция* (эксплицитная ассоциативная связь двух слов на основе сходства их фонетической формы и ее графического выражения) (Воронюк, 1998; Дащенко,

1996), *семантическая аттракция* (эксплицитная и имплицитная ассоциативная связь двух слов на основе сходства элементов их содержания) (Костина, 2017; Маковский, 1971) и *синтагматическая аттракция* (эксплицитная ассоциативная связь субстантивов на основе общности зоны их сочетаемости) (Полтавец, 2013).

Помимо этого, значение термина **прагматическая аттракция** является, на наш взгляд, самоочевидным вследствие прозрачности его внутренней формы: взаимообусловленность и взаимное “притяжение” различных прагматических феноменов.

Цель статьи – введение в научный обиход и обоснование термина *прагматическая аттракция*. **Задачи** – идентифицировать и описать основные типы прагматической аттракции, а также проанализировать особенности структурных взаимосвязей между выявленными типами.

Изложение основного материала исследования. Наиболее очевидный пример прагматической аттракции – неизменная связь стратегий негативной вежливости (вежливости, уважения и социальной дистанции) с непрямыми актами и с нарушением максимы количества информации *It might be useful to take overall view*. В приведенном примере негативная вежливость выражается посредством непрямого акта с имплицитной иллокуцией директива (совета). Высказывание является структурно усложненным, инкорпорируя маркеры митигации и косвенности: средства имперсонализации, генерализации, модальный глагол. Структурное усложнение, которое иконично воспроизводит сложность (неловкость) ситуации совета (отказа, несогласия и др.), указывает на непреференциальность речевого хода (*dispreffered move* в терминах разговорного анализа) и, одновременно, сигнализирует о нарушении максимы количества информации. В свою очередь, отклонение от максимы служит триггером разговорной имплицатуры, которая выводится на основе иллокуции непрямого акта с привлечением контекста. Если продолжить анализ этого примера в аспекте институционального дискурса, то в контексте политической коммуникации негативная вежливость, имплицатура, косвенный речевой акт, в свою очередь, коррелируют со стратегией / тактикой ухода от ответственности.

Анализ немногочисленной теоретической литературы, посвященной интерференции прагматических явлений, а также предварительное исследование авторов этой статьи, проведенное на материале различных видов дискурса, позволило выделить три типа прагматической аттракции:

1) Аттракция информационно-прагматических параметров – взаимная обусловленность различных прагматических феноменов, связанных с приращением имплицитных смыслов. К этой категории относятся иллокутивные смыслы, имплицатуры (конвенциональные и разговорные), пресуппозиции (прагматические, семантические) и др.

2) Аттракция интенционально-стратегических параметров – взаимная обусловленность способов оптимизации интерактивности: коммуникативных конвенций, ролей, стратегий, тактик и речевых ходов.

3) Аттракция неоднородных параметров: обусловленность первой категории параметров, то есть средств приращения прагматической информации второй категорией.

Обозначенные типы выявляют различные виды структурных отношений: неиерархическую взаимосвязь однородных параметров (первый тип прагматической аттракции), иерархическую взаимосвязь однородных параметров (второй тип прагматической аттракции) и иерархическую взаимосвязь неоднородных параметров (третий тип прагматической аттракции).

Теоретические предпосылки для изучения первого типа прагматической аттракции сформированы, главным образом, зарубежными работами в области прагматической семантики или формальной прагматики. Исследователей интересовало, в первую очередь, сходство тех структурно маркированных прагматических феноменов, которые базируются на общих лингвистических показателях и, соответственно, предполагают определенное сходство в процессах инференции (выведения) смыслов на основе таких индексов.

В частности, в работах Лауры Картунен, Стенли Питерса и Энн Зенен (Karttunen & Peters, 1979; Karttunen & Zaenen, 2005) показаны соответствия между конвенциональными импликатурами и семантическими пресуппозициями в триггерах их актуализации и моделях вывода. Кристофер Потс определяет конвенциональные импликации и конвенциональные (то есть семантические – *авторы*) пресуппозиции как контекстуально независимые импликации (*context-free entailments*), отграничивая их от разговорных импликатур и прагматических пресуппозиций (Potts, 2005). В то же время, К. Потс (2013, с. 28) и Л. Хорн (Horn, 2007) высказывают предположение о том, что пресуппозиции всегда отсылают к уже известной информации, в то время как импликации – к новой, составляющей предмет высказывания (*at-issue content*).

Другая возможность связи между однопорядковыми прагматическими параметрами – конвенциональными импликатурами и перформативами – была продемонстрирована еще в работах Г. П. Грайса (Grice, 1989), а также в исследованиях Э. Баха (Bach, 1999; 2012) и С. Рибера (Rieber, 1997).

В отечественной лингвистике проблема взаимосвязи различных прагматических смыслов, имеющих общие формально-структурные показатели, исследовалась в работах Н. К. Кравченко (2017а; 2017б) и Т. А. Пастернак (Kravchenko & Pasternak, 2018). В частности, Н. К. Кравченко, введя понятие *сложной иллокуции прямых речевых актов* (2017а), определяет коррелятивные связи между составляющими такой иллокуции (*Illocution-Expander*, *Illocution-Intensifier* и *Assessment Illocution*), конвенциональными импликатурами и семантическими пресуппозициями. В другой работе исследовательницы (Kravchenko, 2017б) доказывается взаимосвязь между иллокуцией не прямых речевых актов, разговорной импликатурой и прагматической пресуппозицией, что определяется совпадением их триггеров и процедур инференции. В частности, обосновывается вывод о том, что иллокуции не прямых актов нередко базируются на разговорных импликатурах. Соответственно, нарушение кооперативных максим служит прагматическим триггером актуализации иллокутивной силы. При этом тип отношений между импликатурой и иллокуцией не прямых речевых актов зависит от критерия идиоматичности (*idiomaticity*) или инференциональности (*inferentiality*) акта, а также от степени трансформации иллокутивной силы. Идиоматичные акты, а также транспонированные инференциальные акты (то есть те, в которых первичная иллокутивная сила меняет тип самого акта, – например, констатив на директив – *авторы*) образуют с разговорной импликатурой отношения соответствия: говорящий сознательно нарушает одну или более кооперативных максим, чтобы сообщить первичную иллокуцию (т.е., первичный иллокутивный акт – *авторы*). Второй тип отношений – отношения зависимости или причинно-следственной связи. Он имеет место в том случае, когда иллокуция не совпадает с импликатурой, а выводится на ее основе. Такой тип взаимодействия характерен для большей части нетранспонированных актов (то есть речевых актов, в которых дополнительная иллокуция присутствует, но не меняет типа самого акта – *авторы*). Наконец, отдельным подтипом взаимосвязей служит отношение “посредничества” (*mediation*) – когда разговорная импликатура фокусируется на условиях успешности (*Felicity conditions*), с учетом которых, в свою очередь, выводится иллокуция не прямого акта.

В аспекте взаимосвязи таких прагматических феноменов, как иллокуции не прямых актов и прагматические пресуппозиции, доказано, что идиоматичность не прямых актов базируется, главным образом, на конвенционально-коммуникативных пресуппозициях. В то же время, конвенциональная “исчислимость” иллокуции не прямых актов “ослабляется” с увеличением значимости контекста, то есть ситуационных пресуппозиций.

Второй тип прагматической аттракции – иерархическая взаимосвязь однородных параметров. Такая связь представляется наиболее “прозрачной” и исследованной при описании стратегического аспекта институциональных дискурсов. В частности, наблюдение о том, что стратегии реализуются в тактиках, а тактики – в коммуникативных ходах является едва ли

не “общим местом” в лингвистической литературе. При этом на такую иерархическую связь параметров не влияет ни тип стратегии, ни различия в интерпретации этого понятия различными школами дискурс-анализа.

В частности, можно понимать стратегии в универсально-типологическом плане (например, в ракурсе конверсационного анализа (Jefferson, 1972; Sacks, 1992; Schegloff, 2000) – как правила ведения разговора, посредством которых люди “ориентируются” в нем и ориентируют друг друга на некоторый базисный нормативный порядок. В таком случае будут выделяться стратегии взятия и удержания инициативы, коммуникативного доминирования в разговоре, введения в разговор рассказа, поправки, стратегия получения релевантного или предпочтительного речевого хода, стратегия начала и завершения, стратегия создания позитивной атмосферы (стратегия “ненавязчивости”) для обсуждения топикальной темы. В свою очередь, такие стратегии реализуются в тактиках и речевых кодах: стратегия получения релевантного или предпочтительного речевого хода – в тактике введения боковой секвенции и соответствующих речевых ходах разъяснения, выражения удивления, убеждения и др.; стратегия создания позитивной атмосферы (“ненавязчивости”) – в тактике пре-секвенций (предваряющих секвенций для сохранения лица одного или обоих участников посредством выявления субъективных обстоятельств другой стороны перед тем, как высказать просьбу / приглашение / требование). Каждый ход, в свою очередь, предопределяет меню коммуникативных ролей, которая, собственно и служит механизмом развития диалога.

Второй тип стратегий – стратегии кооперации (Grice, 1975) и стратегии вежливости (Brown & Levinson, 1987) коррелируют с конверсационно-аналитическими стратегиями (см. выше). Так, стратегия “ненавязчивости” с тактикой использования пре-секвенций совпадает со стратегией 4 негативной вежливости (*Минимизируй степень вмешательства, давления, принуждения*), стратегия получения релевантного или предпочтительного речевого хода, стратегия начала и завершения разговора коррелируют с кооперативными максимумами релевантности и стиля. Тактики прерывания собеседника и наложения разговора (*overlapping*) могут быть как актами, угрожающими лицу (при реализации стратегии коммуникативного доминирования), так и тактиками реализации стратегии позитивной вежливости (если прерывания и наложения вызваны эмпатийным проявлением интереса к собеседнику).

В этой связи, можно предположить, что пересечение категорий таких различных по своим установкам и исследовательским принципам направлений, как конверсационный анализ и теория лица и вежливости, возможно, благодаря феномену взаимообусловленности прагматических феноменов, который обозначен в нашем исследовании зонтичным термином “*прагматической аттракции*”.

Третий тип стратегий (помимо конверсационных, стратегий кооперации и вежливости) – как техник воздействия на адресата, описан практически для всех известных типов дискурса (Дмитрук, 2006; Иссерс, 2002; Пастернак, 2011). Такие стратегии (прежде всего, институциональные) реализуются в тактиках, составляющими которых являются коммуникативные ходы, которые при исследовании институционального и, в особенности, идеологически нагруженного дискурса нередко отождествляются с семантическим ходом или манипуляторным приемом. В частности, семантический ход “приведение примера” (*Ранее также сообщалось о том, что...*) показывает, что общее мнение не “надумано”, а основано на конкретных фактах (опыте), реализуя, тем самым, тактику усиления фактологичности информации, которая, в свою очередь, подчинена стратегии обобщения частной модели до более общей групповой схемы (стратегии сверхобобщения, по Т. ван Дейку). Приемы сдвига / переноса (*transfer*) (*I have no problem with X, but my clients...*); кажущегося сочувствия (*apparent empathy*) (*They have had lots of difficulties in their own country, but...*) и др. выявляют тактику возражения под видом согласия (“может быть и X, но Y” означает “уверен, что не X”), которая реализует стратегию позитивной саморепрезентации говорящего в качестве терпимого и широко мыслящего, с социально приемлемыми оценками.

Иерархию интенционально-стратегических параметров “возглавляют” коммуникативные конвенции – как “ритуализированные” стратегии или принципы коммуникации. В универсально-типологическом плане основными являются принцип сотрудничества, который реализуется посредством четырех известных максим (стратегий) коопераций, и принцип вежливости, который воплощен в стратегиях позитивной, негативной вежливости, а также стратегии *bald-on-record* и *bald-off-record*. Для разговорно-аналитических исследований такой универсальной конвенцией служит, на наш взгляд, принцип релеванности, которым заданы все перечисленные выше стратегии регламентации разговора и который предопределяет нормативность “естественной речи” как способность предшествующего высказывания генерировать содержание последующего, что получает свое выражение в теории адъцентных пар и условной релеванности (действия связаны друг с другом через влияние нормы, требующей совершения первого действия, если произошло второе). Согласно теории релеванности Д. Шпербер и Д. Уилсона (Sperber & Wilson, 1995), принцип релеванности “применяется без исключения”, то есть к нему можно свести все четыре максимы кооперации. Это – естественная характеристика любого разговора, которая проявляется независимо от соблюдения, нарушения или игнорирования коммуникантами кооперативных принципов (так как говорящий или читатель будет привлекать те когнитивные контексты, в которых высказывание собеседника или автора станет осмысленным).

Помимо универсально-типологического аспекта, конвенции могут дифференцироваться в институциональном и лингвокультурном (этноспецифическом) планах.

Лингвокультурные (этноспецифические) конвенции – это знания и правила коммуникативно-стратегического поведения, принятые в определенной лингвокультуре и связанные с коммуникативным потенциалом этнокультурных концептов “*скромность*”, “*privacy*”, “*меншовартість*” и т. д.

Логично предположить, что лингвокультурные конвенции корректируют применение как универсально-типологических (вежливости, сотрудничества, релеванности), так и институциональных стратегий, что подтверждается, в частности, исследованиями межкультурной коммуникации в различных сферах – бизнеса, политики и др. (Корольова, 2008; Славова, 2006; Шейгал, 2000).

Третий тип прагматической аттракции выявляется, в частности, в заданности информационно-прагматических параметров интенционально-стратегическими. В этом аспекте с проблемой прагматической аттракции (без использования этого термина) в той или иной мере связаны все современные исследования, посвященные стратегическим или манипулятивным характеристикам институционального дискурса – так как изучение дискурсивного воздействия сводится, прежде всего, к выявлению неявных смыслов (политических, социальных и др.), которые могут быть спрятаны не только от реципиента, но и от автора (Kravchenko & Pasternak, 2016).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В случае универсальных стратегий наиболее очевидной и, соответственно, изученной представляется “конвенциональная” связь стратегий негативной вежливости с использованием не прямых речевых актов, позволяющих минимизировать навязывание собеседнику своей точки зрения, совета, просьбы и др. В аспекте взаимосвязи вежливости и косвенности убедительные результаты были получены в работах Дж. Лича (Leech, 1983) и П. Браун и С. Левинсона (Brown & Levinson, 1978), которые показали, что вежливость является главной мотивацией косвенности. Помимо этого, Дж. Лич (26) показывает очевидные корреляции между принципом вежливости с его семью максимами и определенными типами речевых актов. В работах украинских авторов дальнейший спектр взаимосвязей между речевыми актами и вежливостью устанавливается в ракурсе критериев, триггеров и условий успешности иллокутивных актов. В частности, Н. К. Кравченко

и Т. А. Пастернак (Kravchenko & Pasternak, 2016) определяют корреляции между стратегиями вежливости (*bald-on-record, bald-off-record, positive and negative politeness strategies*) и типами речевых актов, наиболее характерными для их реализации; выявляют зависимости между видами “угрозы” лицу, сохранения и восстановления лица и категориями “прямолинейность / косвенность”; доказывают, что стратегии, восстанавливающие лицо, реализуются посредством не прямых актов, первичный иллокутивный смысл которых восстанавливается по правилам извлечения конферсационной имплицатуры.

ЛИТЕРАТУРА

- Воронюк, О. В. (1998). *Паронімічна атракція в заголовку текстів англomовної масової комунікації*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Одеса.
- Дашченко, Н. Л. (1996). *Паронімічна атракція в українській поезії 60 – 80-х років ХХ ст.* (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Дмитрук, О. В. (2006). *Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі друкованих та інтернет-видань 2000–2005 років)*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Иссерс, О. С. (2002). *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: Едиториал УРСС.
- Корольова, А. В. (2008). Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту. *Studia Linguistica. Збірник наукових праць* 1, 48-53.
- Костина, И. А. (2017). Семантическая аттракция семем глагольных наименований физического восприятия в русском и английском языках. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 6 (119), 120-123.
- Маковский, М. М. (1971). *Теория лексической аттракции (опыт функциональной типологии лексико-семантических систем)*. Москва: Наука.
- Пастернак, Т. А. (2011). Комунікативні стратегії і тактики дискурсу “співбесіда при прийомі на роботу”. *Studia Linguistica: Збірник наукових праць*. 5 (2), 363-367.
- Полтавець, Ю. С. (2013). Явище атракції: вияв на різних мовних рівнях. *Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*. 36, 210-217.
- Славова, Л. Л. (2006) Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. (27), 116-117.
- Шейгал, Е. И. (2000). *Семиотика политического дискурса*. Москва, Волгоград: Перемена.
- Bach, K. (1999). The myth of conventional implicature. *Linguistics and philosophy*. 22 (4), 367-421.
- Bach, K. (2012). Saying, meaning, and implicating. *The Cambridge handbook of pragmatics* (pp. 23-45). New York: Cambridge University Press.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). Universals in language usage: Politeness phenomena. *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (pp. 56-324). Cambridge: Cambridge UP.
- Brown, P. & Levinson, S. (1978). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and semantics 3: Speech acts* (pp. 41-58). New York: Academic Press.
- Grice, H. P. (1989). *Studies in the way of words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Horn, L. R. (2007). Towards a Fregean pragmatics. *Voraussetzung, Nebengedanke, Andeutung. Explorations in pragmatics: Linguistic, cognitive and intercultural aspects* (pp. 39-69).
- Jefferson, G. (1972). Side sequences. *Studies in social interaction* (pp. 294-338). New York: Free Press.
- Karttunen, L. & Peters, S. (1979). Conventional implicatures in Montague grammar. *Syntax and Semantics. 11: Presupposition*. 1-56.
- Karttunen, L. & Zaenen, A. (2005). Veridicity. *Annotating, extracting and reasoning about time and events*. Available at <http://drops.dagstuhl.de/opus/2005/314>

- Kravchenko, N. (2017a). Illocution of direct speech acts via conventional implicature and semantic presupposition. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. II (1), 128-168.
- Kravchenko, N. (2017b). Indirect speech acts' via conversational implicatures and pragmatic presuppositions. *Cognition, communication, discourse*. 14, 54-66.
- Kravchenko, N., Pasternak, T. (2018). Multifacet Pragmatics of Russian Post-soviet Jokes. *The languages of humor: Jokes Caricatures & Slapstick*. Bloomsbury Publishing Plc.
- Kravchenko, N. & Pasternak, T. (2016). Politeness strategies via speech acts and conversational implicatures. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 14 (25), 105. 60-63.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Potts, C. (2005). *The logic of conventional implicatures. Oxford studies in theoretical linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Potts, C. (2013). Presupposition and implicature. *Handbook of contemporary semantic theory*. 2. Available at <http://www.semanticsarcheve.net>
- Rieber, S. D. (1997). Conventional implicatures as tacit performatives. *Linguistics and philosophy*. 20 (1), 51-72.
- Sacks, H. G. at al. (1992). *Lectures on Conversation*. 1, 2. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Schegloff, E. A. (2000). Overlapping talk and the organization of turn-taking for conversation. *Language in Society*. 29 (1), 63.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1995). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Cambridge MA.

REFERENCES

- Voroniuk, O. V. (1998). *Paronimichna atraktsiia v zaholovku tekstiv anhlomovnoi masovoi komunikatsii*. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Odesa.
- Daschenko, N. L. (1996). *Paronimichna atraktsiia v ukrains 'kij poezii 60 – 80-h rokiv XX st.* : (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Dmytruk, O. V. (2006). *Manipuliatyvni stratehii v suchasnij anhlomovnij komunikatsii (na materialii drukovanykh ta internet-vydan' 2000–2005 rokiv)*. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Issers, O. S. (2002). *Kommunikativnyie stratehii i taktiki russkoj rechi*. Moskva: Editorial URSS.
- Koroliova, A. V. (2008). Stratehii i taktyky komunikatyvnoi povedinky uchasnykiv spilkuvannia v situatsiakh konfliktu. *Studia Linguistica. Zbirnyk naukovykh prats*. 1, 48-53.
- Kostina, Y. A. (2017). Semanticheskaia atraktsiia semem hlalol'nykh naimenovaniy fizicheskoho vospriatiia v russkom i anhlijskom iazykakh. *Izvestiia Volhohradskoho hosudarstvennoho pedahohicheskoho universiteta*. 6 (119), 120-123.
- Makovskij, M. M. (1971). *Teoriia leksicheskoy atraktsii (opyt funktsional'noj tipolohii leksiko-semanticheskikh sistem)*. Moskva: Nauka.
- Pasternak, T. A. (2011). Komunikatyvni stratehii i taktyky diskursu “spivbesida pry pryioimi na robotu”. *Studia Linguistica: Zbirnyk naukovykh prats*. 5 (2), 363-367.
- Poltavets', Yu. S. (2013). Yavyshche atraktsii: vyiv na riznykh movnyh rivniakh. *Linhvistychni doslidzhennia: Zb. nauk. prats KNPU im. H.S. Skovorody*. 36, 210-217.
- Slavova, L. L. (2006) Komunikatyvni stratehii ta taktyky u suchasnomu masmedijnomu politychnomu diskursi: zistavnyj aspekt (na materialii ukrains'kykh ta amerykans'kykh Internet-dzherel). *Visnyk Zhytomyr'skoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*. (27), 116-117.
- Sheihal, E. Y. (2000). *Semiotika politicheskoho diskursa*. Moskva, Volhohrad: Peremena.
- Bach, K. (1999). The myth of conventional implicature. *Linguistics and philosophy*. 22 (4), 367-421.
- Bach, K. (2012). Saying, meaning, and implicating. *The Cambridge handbook of pragmatics* (pp. 23-45). New York: Cambridge University Press.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). Universals in language usage: Politeness phenomena. *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (pp. 56-324). Cambridge: Cambridge UP.

- Brown, P. & Levinson, S. (1978). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and semantics 3: Speech acts* (pp. 41-58). New York: Academic Press.
- Grice, H. P. (1989). *Studies in the way of words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Horn, L. R. (2007). Towards a Fregean pragmatics. *Voraussetzung, Nebengedanke, Andeutung. Explorations in pragmatics: Linguistic, cognitive and intercultural aspects* (pp. 39-69).
- Jefferson, G. (1972). Side sequences. *Studies in social interaction* (pp. 294-338). New York: Free Press.
- Karttunen, L. & Peters, S. (1979). Conventional implicatures in Montague grammar. *Syntax and Semantics. 11: Presupposition*. 1-56.
- Karttunen, L. & Zaenen, A. (2005). Veridicity. *Annotating, extracting and reasoning about time and events*. Available at <http://drops.dagstuhl.de/opus/2005/314>
- Kravchenko, N. (2017a). Illocution of direct speech acts via conventional implicature and semantic presupposition. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. II (1), 128-168.
- Kravchenko, N. (2017b). Indirect speech acts' via conversational implicatures and pragmatic presuppositions. *Cognition, communication, discourse*. 14, 54-66.
- Kravchenko, N., Pasternak, T. (2018). Multifacet Pragmatics of Russian Post-soviet Jokes. *The languages of humor: Jokes Caricatures & Slapstick*. Bloomsbury Publishing Plc.
- Kravchenko, N. & Pasternak, T. (2016). Politeness strategies via speech acts and conversational implicatures. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 14 (25), 105. 60-63.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Potts, C. (2005). *The logic of conventional implicatures*. *Oxford studies in theoretical linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Potts, C. (2013). Presupposition and implicature. *Handbook of contemporary semantic theory*. 2. Available at <http://www.semanticsarcheve.net>
- Rieber, S. D. (1997). Conventional implicatures as tacit performatives. *Linguistics and philosophy*. 20 (1), 51-72.
- Sacks, H. G. et al. (1992). *Lectures on Conversation*. 1, 2. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Schegloff, E. A. (2000). Overlapping talk and the organization of turn-taking for conversation. *Language in Society*. 29 (1), 63.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1995). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Cambridge MA.

Дата надходження до редакції 08.02.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 81'373.2

КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ТИПОЛОГИЯ КОММЕРЧЕСКИХ НАИМЕНОВАНИЙ

СИНЯВСКАЯ О. Е.

кандидат филологических наук, старший преподаватель
Киевский национальный лингвистический университет
olga.sinyavskaya1989@gmail.com

Статья посвящена анализу коммерческих наименований в коммуникативно-функциональном аспекте и разработке их типологии. Материалом для исследования послужили названия продуктов потребления (напитков и кондитерских изделий). Основная задача и специфика коммерческого наименования заложена в его иллокутивной функции, "с помощью которой номинатор выполняет поставленные перед ним коммуникативные намерения". По характеру этой функции в речевом акте присвоения названия, можно выделить мотивированные и немотивированные виды коммерческих наименований. К мотивированным названиям относятся отобъектные, отсубъектные и отадресатные номинации. Немотивированные коммерческие наименования можно разделить на символические и фантазийные. Анализ современных номинаций дает возможность выделить в качестве наиболее продуктивного отадресатный тип наименований.

Ключевые слова: коммерческая номинация, коммуникативно-функциональный аспект, иллокутивная функция, мотивированные и немотивированные наименования.

КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА ТИПОЛОГІЯ КОМЕРЦІЙНИХ НАЗВ

Синявська О.Є.

кандидат філологічних наук, старший викладач
Київський національний лінгвістичний університет
olga.sinyavskaya1989@gmail.com

Стаття присвячена аналізу комерційних найменувань у комунікативно-функціональному аспекті та розробці їхньої типології. Постійне збільшення кількості найменувань товарів і потреба нових ефективних номінацій сприяє тому, що поряд з вивченням таких традиційних для лінгвістики пластів ономастики, як антропонімія і топонімія, актуалізується напрямок комерційної номінації, об'єктом якої є імена комерційної сфери.

У роботі виконано такі **завдання:** проаналізовано специфіку комунікативно-функціонального підходу при аналізі імен комерційної сфери; виділено та описано основні типи комерційних найменувань згідно з їхньою ілокутивною функцією; визначено найбільш продуктивні типи комерційних найменувань.

Матеріалом для дослідження стали назви продуктів споживання (напоїв та кондитерських виробів).

Методи. Дослідження виконано з використанням методів функціонального аналізу, аналізу лексичних та семантичних відношень, прагматичного аналізу.

Результати. З'ясовано, що основне завдання та специфіка комерційної назви закладені в її ілокутивній функції, за допомогою якої номінатор виконує поставлені перед ним комунікативні завдання. За характером цієї функції в мовленнєвому акті найменування можна виокремити мотивовані та немотивовані різновиди комерційних назв.

Висновки. До мотивованих належать відсуб'єктні, відоб'єктні та віадресатні найменування. Відоб'єктні комерційні номінації створюються внаслідок мовленнєвого акту, ілокутивною функцією якого є передача інформації про об'єкт найменування. Відсуб'єктні комерційні номінації створюються внаслідок мовленнєвого акту, ілокутивною функцією якого є передача інформації про суб'єкта, що стосується товару. Віадресатні комерційні номінації створюються внаслідок мовленнєвого акту, ілокутивною функцією якого є апеляція безпосередньо до адресата – потенційного споживача товару. Немотивовані

комерційні назви можна поділити на символічні та фантазійні. Символічні комерційні номінації створюються внаслідок мовленнєвого акту, ілокутивна функція якого полягає в привласненні товару позначення в ролі умовного знаку. Фантазійні комерційні номінації створюються внаслідок мовленнєвого акту, ілокутивна функція якого полягає у створенні найменувань з домінуванням плану вираження. Аналіз сучасних комерційних назв дозволяє вважати найбільш продуктивним віадресатний вид найменувань.

Ключові слова: комерційна номінація, комунікативно-функціональний аспект, ілокутивна функція, мотивовані і немотивовані найменування.

COMMUNICATIVE AND FUNCTIONAL TYPOLOGY OF COMMERCIAL NAMES

SYNIAVSKA Olga Yevgenivna

PhD, Senior Lecturer

Kyiv National Linguistic University

olga.sinyavskaya1989@gmail.com

Introduction. The paper focuses on the analysis of commercial names in communicative-functional aspect and development of their typology. Constant spreading of the commercial names of goods and need for development of the new effective nominations promotes that along with studying of such kinds of onomastics, traditional for linguistics, as anthroponym and toponym, is updated the direction of a commercial names, which for a long time were on the periphery of scientific research.

Purpose. The paper aims at the systematization and description of the main types of commercial names in communicative and functional aspect. The purpose of the work provides fulfilling the following tasks: to analyse specifics of communicative and functional approach in the analysis of names of the commercial sphere; to allocate and describe the main types of commercial names according to the illocutionary function which is carried out by them; to define the most productive types of commercial names. The names of drinks and confectionery have been chosen as the material for analysis.

Methods. The research is made grounded on the method of functional analysis, lexical and semantic interrelations, pragmatic analysis.

Results. The main objective and specifics of the commercial name is put in his illocutionary function, by means of which the nominator carries out the communicative intentions put before him. By the character of this function in the speech act of assignment of the name, it is possible to allocate motivated and unmotivated types of commercial names. The object-, subject and addressee names belong to motivated names. Unmotivated commercial names can be divided in symbolic and fantasy.

Conclusions. The analysis of the modern nominations gives the chance to allocate the most productive addressee names. The orientation of modern commercial names on tastes and preferences of the target consumer is confirmed also by the analysis of their linguistic criteria.

Keywords: commercial names, communicative and functional aspect, illocutionary function, motivated and unmotivated names.

Постановка проблеми и обоснование актуальности ее решения. Стремительное развитие процессов номинации в коммерческой сфере стало заметным явлением современной действительности. Постоянное увеличение количества наименований товаров и необходимость в разработке новых эффективных номинаций способствует тому, что наряду с изучением таких традиционных для лингвистики пластов онимической лексики, как антропонимия и топонимия, актуализируется направление коммерческого имяобразования, объектом которого являются коммерческие имена, долгое время находящиеся на периферии научных исследований.

Анализ последних исследований и публикаций. Именно коммерческие имена, как новый разряд онимов, являются сегодня наиболее активно развивающимся сегментом ономастического пространства и выступают в качестве объекта изучения в работах многих исследователей. В них

представлены различные аспекты изучения коммерческого имени: когнитивный (Дзюба, 2014; Литовкина, 2010), лингвокультурологический (Глухова, 2010; Садохова, 2011; Фролова, 2011; Шимкевич, 2002), лингвопрагматический (Винарева, 2005; Врублевская, 2006; Горяев, 1999; Носенко, 2007; Слухай, 2010; Стадильская, 2003; Фролова, 2011; Шимкевич, 2002), социолингвистический (Бурдовская, 2013; Копыленко, 2001), функциональный (Грушевська, 2005; Крюкова, 2011; Крюкова, 2004; Трифонова, 2002; Фоменко, 2009; Шведова, 2011) и др. Основными проблемами, рассматриваемыми в данных исследованиях, являются: описание специфики различных культур через призму словесных товарных знаков и их межъязыковая интерференция (Глухова, 2010; Мордвинова, 2008; Романова, 2002); изучение особенностей функционирования коммерческих имен в различных видах дискурса (художественном (Шведова, 2011), рекламном (Грушевська, 2005; Кирпичева, 2007; Крюкова, 2011; Крюкова, 2004), глобальном (Фоменко, 2009)); анализ методов воздействия коммерческих имен на общественное и языковое сознание потенциальных потребителей (Исакова, 2008; Слухай, 2010); определение степени распространения и влияния патогенных номинаций (Слухай, 2010; Щербакова, 2009); определение роли личности в процессе создания коммерческих наименований (Щербакова, 2009) и др.

Цель данной работы заключается в систематизации и описании основных видов коммерческих наименований с точки зрения коммуникативно-функционального аспекта.

Для решения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- проанализировать специфику коммуникативно-функционального подхода при анализе имен коммерческой сферы;
- выделить и описать основные типы коммерческих наименований согласно выполняемой ими иллокутивной функции;
- определить наиболее продуктивные типы коммерческих наименований.

Коммерческая номинация является одновременно как результатом мыслительной и креативной деятельности номинатора, так и объектом пристального внимания и оценки со стороны потенциального покупателя. Коммуникативно-функциональный подход позволяет рассмотреть коммерческое наименование с позиций его функционирования в речевом процессе, определить при этом роль номинатора и принципы, которые он использует при создании коммерчески релевантного имени, а также выявить предпочтения адресата (потенциального потребителя) и те критерии, которыми он руководствуется при выборе именуемого определенным образом товара.

Широкий ассортимент товаров и интенсивная реклама способствуют тому, что их коммерческие названия являются одними “из самых активных коммуникаторов”, входя в состав словарного запаса современного носителя языка. При этом действенность и прагматическая эффективность коммерческого имени обусловлена тем, что номинатор создает его с четкой установкой оказать определенное влияние на потребителя. По степени воздействия корпус коммерческих номинаций неоднороден и зависит от конкретной языковой ситуации. Это обуславливает необходимость установления ряда параметров, влияющих на коммуникативную успешность коммерческих номинаций, которые могут быть определены и описаны с позиций теории речевых актов.

Изложение основного материала исследования. Изучение речевого акта в качестве своеобразной единицы номинативной деятельности проводится в работах Е. С. Кубряковой (1976, 1979, 1980, 1984, 1986), которая определяет его как “речемыслительный процесс, направленный либо на выбор уже существующего в языке готового обозначения для именуемого явления и мысли об этом явлении, либо на создание подходящего названия для него” (1986, с. 42). И. В. Крюкова рассматривает процесс присвоения наименования как “иллокутивный акт-установление декларативного типа, обладающий предписательной силой и построенный

как сообщение, эквивалентное поступку “Мы присвоили название объекту”, результатом которого является создание новой номинативной ситуации, в которой имя императивно закрепляется за именуемым объектом” (2004, с. 45). Таким образом, процесс присвоения коммерческой номинации товару можно представить в качестве имплицитного речевого акта, в котором информация от адресанта (номинатора) к адресату (потребителю) передается с помощью коммерческого наименования. В структуре подобного акта можно выделить сложное взаимодействие собственно лингвистических критериев номинации, прагматических интенций номинатора и возможных предпочтений потенциальных потребителей. Это, в свою очередь, обуславливает анализ коммерческих наименований с разных точек зрения: со стороны их языковой репрезентации, со стороны адресанта, разрабатывающего названия, и со стороны адресатов, на которых они рассчитаны. Эти позиции соответствуют локутивному, иллюкутивному и перлокутивному этапам, представленным в теории речевых актов.

Считается, что основная задача и специфика коммерческого наименования заложена в его иллюкутивной функции, “с помощью которой номинатор выполняет поставленные перед ним коммуникативные намерения” (Лагута, 2000, с. 43). По характеру этой функции в речевом акте присвоения названия, можно выделить **мотивированные** и **немотивированные** виды коммерческих наименований.

К **мотивированным** относятся следующие типы коммерческих номинаций:

- **Отобъектные** – коммерческие номинации, создающиеся вследствие речевого акта, иллюкутивной функцией которого является передача информации об объекте наименования. Это может быть указание на товарную категорию продукта (например, “Минералка”, “Портер”, “Батончик”, “Лимонад”), его состав (например, “Ванильный” (шоколад), “Медовая” (водка), “Имбирное” (пиво)), различные материальные характеристики (например, “Бочковое” (пиво), “Крепкая” (водка), “Свежее Пенное” (пиво)), ситуацию потребления или назначения товара (например, “К свадьбе” (вино), “К Юбилею” (водка), “Венчальное” (пиво)).

Предпочтительными являются наименования, которые косвенно указывают на именуемую ими продукцию. В ряде двухкомпонентных наименований носителем основной, денотативной семантики является, как правило, прилагательное, а существительное зачастую играет роль образного компонента (например, “Молочная душа”, “Чайный сад”, “Сочная долина”).

Наиболее продуктивными являются коммерческие наименования, которые указывают на именуемый товар, его высокое качество и натуральность ассоциативно (например, молоко “Коровушка”, “Буренка”, “Му”; водка “Живая вода”, “Шайтан вода”).

Для создания у потребителей необходимого ассоциативного ряда в качестве номинаций могут использоваться обозначения определенных локусов (например, сок “Любимый сад”, чай “Зеленый остров”, молоко “Заповедный луг”, водка “Трактир”), профессий (например, пиво “Бровар”, молоко “Веселый молочник”, кондитерские изделия “Пекарь”), ингредиентов (например, пиво “Добрый хмель”), емкостей (например, пиво “Большая кружка”, водка “Чарка”), действий (например, пиво “Попьем!”, водка “Наливай-ка”, “Поговорим”), времени употребления (например, кофе / чай “Брейк”, “Брекфаст тайм”, “Дейли Тайм”, “Прайм тайм”, водка “Ежедневка”). В таких случаях реализуется метонимический принцип номинации, основанный на ассоциации по смежности.

Для указания на состав продукта довольно активно используются образные номинации, созданные на основе метафорического переноса (например, конфеты “Шоколадная ночь”, вино “Вишневый сон”, коктейль “Ванильно-мятный поцелуй”). Выступая в качестве непрямого способа именования, образные названия оказывают на потребителя определенное прагматическое воздействие.

Номинации, основанные на образном, ассоциативном указании на товарную категорию именуемого продукта доминируют среди современных наименований и являются довольно

эффективными с точки зрения прагматического потенциала воздействия на потребителя. Они призваны вызвать у потребителей определенный ряд ассоциаций, связанных с конкретной категорией товаров и выгодно отличить именуемый товар из ряда однотипных.

• **Отсубъектные** – коммерческие номинации, создающиеся вследствие речевого акта, иллюкутивной функцией которого является передача информации об именуемом субъекте. Как правило, в наименованиях данного типа передается указание на производителя товара (например, водка “*Nemiroff*”, пиво “*Merfisc*”, коньяк “*Шустов*”, конфеты “*Максимов*”, чай “*Акбар*”) или место его производства (например, шоколад “*Пражский*”, минеральная вода “*Карпатская*”, квас “*Львовский*”, чай “*Карпатский*”, молоко “*Яготинское*”).

Наиболее продуктивно в этом типе коммерческих наименований используется фамилия производителя на *-ов/-ев, (-ин)*. Это обусловлено, с одной стороны, возвратом к дореволюционным традициям именования продукции, когда фамилия производителя служила своеобразным гарантом качества товара, с другой – прагматическим указанием на предприятие с давней историей. Так, на рынке алкогольной продукции вслед за водкой “*Smirnoff*” появилось пиво “*Тинькофф*”, “*Бочкарев*”, “*Солодов*”, “*Бобров*”, водка “*Nemiroff*”, вино “*Пьянкофф*”. Затем данная модель распространилась и на другие товарные категории продуктов питания (например, конфеты “*А. Коркунов*”, карамель “*Савинов*”). Таким образом, основной функцией данных наименований стало указание на стабильность, верность традиции, престижность и коммерческий успех производителя, следовательно, и его продукции.

В качестве наименований, созданных по данной модели, используются как фамилии реальных (например, водка “*Смирновъ*”, пиво “*Тинькофф*”, конфеты “*Коркунов*”), так и вымышленных (конфеты “*Савинов*”) основателей или производителей товаров. Номинации могут быть оформлены в зависимости от интенций номинатора нейтрально (*-ов/ев*) или в стилизованном написании (*-офф, -офф, -овъ/-евъ*). Иногда фамилию производителя дополняет имя (например, пиво “*Николай Синявский*”), титул (например, пиво “*Граф Румянцовъ*”, “*Графиня Фирсова*”, “*Пан Хмелевский*”), семейное положение (например, вина “*Вдова Клико*”), что также служит цели создания эффекта реальности существования собственника товара. Употребление в качестве названий экзотических имен связано с дополнительной функцией – указанием на национальную принадлежность владельца предприятия (например, коньяк “*Жан-Жак*”, “*Сарадживили*”).

Так, выступая в качестве коммерческих наименований, фамилии подвергаются ряду ономастических трансформаций, их нарицательные основы начинают восприниматься по-другому. Фамилии, становясь названием товара, начинают выполнять ряд различных функций: рекламную, информационную, функцию охраны собственности и гарантии качества.

Географическая мотивация для названия призвана подчеркнуть достоинства продукции в связи с местом ее производства. Для этого в качестве наименований могут использоваться оттопонимические прилагательные, трансономизированные топонимы, оронимы и гидронимы, образные номинации, национально маркированная лексика.

Таким образом, с помощью различных языковых средств номинатор может передать не только информацию о производителе товара, владельце предприятия и месте изготовления продукции, но и создать определенный положительный образ этого производителя или места, который будет экстраполироваться и на сам именуемый товар.

• **От адресатные** – коммерческие номинации, создающиеся вследствие речевого акта, иллюкутивной функцией которого является апелляция непосредственно к адресату – потенциальному потребителю товара (например, “*Детский*” (шоколад), “*Моей любимой*” (чай)).

При создании данных коммерческих наименований номинатор учитывает языковой вкус целевой аудитории: социальной (например, кондитерские изделия “*Богема*” и водка “*Дешевая*”),

гендерной (например, пиво “*Во, брат!*” и “*Эдельвейс*”), возрастной (например, конфеты “*Карпуля*” и “*Клёво*”) или национальной группы потребителей (например, водка “*Бедный еврей*” и “*Матрешка*”).

Отдресатные коммерческие наименования обладают высоким потенциалом прагматического воздействия, поскольку создаются специально с целью привлечь внимание определенной категории целевых потребителей.

Коммерческие наименования данного типа являются наиболее продуктивными и разработанными в современный период. В целом, учет целевой аудитории при разработке коммерчески релевантных наименований является эффективным средством создания эмоционального контакта между именуемым субъектом и адресатом. В этой связи уместно вспомнить высказывание М. М. Бахтина: “*Всякое слово является двусторонним актом. Оно в равной степени определяется тем, чье оно, так и тем, для кого оно. Оно является как слово именно продуктом взаимоотношения говорящего со слушающим*” (Волошинов, 1993, с. 94).

Немотивированные коммерческие наименования можно разделить на символические и фантазийные.

• **Символические** – коммерческие номинации, создающиеся вследствие речевого акта, иллюкутивная функция которого состоит в присвоении товару обозначения в качестве “условного знака” (Романова, 2007, с. 206) (например, “*Зубр*” (пиво), “*Легенда*” (вино), “*Мечта*” (конфеты)). Потенциальные возможности символа и его значений с точки зрения их использования в коммерческой сфере являются объектом изучения многих исследований, чья проблематика касается культурологии и философии рекламных коммуникаций: от способов целесообразного создания брендов на базе символов до морально-этических вопросов, возникающих в процессе переосмысления символов под воздействием рекламной идеи (Д. Аакер, И. Богуславский, А. Джулер, Б. Дрюниани, К. Дробо, А. Литвинова, Р. Люхингер, М. Марк, К. Пирсон, Н. Старых, М. Старых, В. Ученова, А. Уиллер, Ф. Шарков, М. Яненко и др.).

Н. Д. Голев, рассматривая подобный тип номинаций, определял их как названия, которые “не связаны узами необходимости со своими денотатами, а лишь намекают на них, и таковой намек составляет основу символичности, которая при ее ослаблении легко преобразуется в чистую условность” (1991, с. 60). Как отмечает О. Е. Яковлева, “семантика данных номинаций не помогает потребителю идентифицировать конкретный продукт как единицу определенной товарной категории, предназначенную для узко или широко очерченной целевой аудитории и обладающую некоторым набором товарных характеристик” (2006, с. 17). Прагматический потенциал группы символических номинаций основан на их плане содержания, то есть доономастическом значении единиц наименования, которое не соотносится с потребительскими характеристиками товара, поскольку в этом типе названий “активизация рекламной функции коммерческого наименования сопровождается подавлением его информативной функции” (Куликова, 2008, с. 333).

Символические коммерческие наименования обладают высоким суггестивным потенциалом, обусловленным самой природой символов, которые “в наглядно-образной форме репрезентируют весь спектр значимых идей, ценностей и мотивов, характеризующих культуру различных типов общества” (Сычева, 2008, введение). И. Е. Фадеева отмечает, что “ценности, представленные посредством символа, имеют интегративный, целостный, логически не дифференцированный характер, и поскольку восприятие символики связано с аффективным переживанием границы природного и культурного, это экзистенциально переживаемые ценности” (2004, заключение). К. Ю. Муравьева указывает на обратную сторону использования символа, которая заключается в его потенциальной многозначности за счет того, что “индивидуумы имеют различный опыт социализации, при интерпретации символы способны актуализировать различные грани этого опыта, то есть порождать различные контексты” (2006, заключение). Последнее может иметь

как желательные (в случае наличия у символа позитивных значений), так и нежелательные (в случае наличия у символа негативных значений) последствия для создателя коммерческого наименования и дальнейшего функционирования именуемого товара на рынке.

• **Фантазийные** – коммерческие номинации, создающиеся вследствие речевого акта, иллокутивная функция которого состоит в создании наименований с доминированием плана выражения. Данная группа наименований объединяет слова, образованные искусственным путем и направленные на реализацию их главной коммуникативной задачи – воздействия на потенциального потребителя, которое в данном случае осуществляется исключительно благодаря плану выражения коммерческого названия. Как правило, основная стратегия создания такого наименования направлена на его фонетический облик, когда могут активно использоваться ресурсы фоносемантики для разработки новых ритмичных, сильных и четких названий. Образованный таким способом фонетический образ становится основой ономастического значения коммерческого наименования, поскольку номинации, созданные путем искусственного подбора букв, как отмечает З. П. Комолова, доономастического значения не имеют (1974, с. 334). О. Е. Яковлева указывает на то, что коммерческие наименования с доминированием плана выражения особенно распространены “в странах с развитой рыночной экономикой, где с каждым годом все более сужаются правовые возможности регистрации слов, созданных естественным путем” (2006, с. 61). Однако анализ русских коммерческих номинаций продемонстрировал, что процент создания фантазийных наименований в крайне невысокий. Так, зафиксировано всего 0,5 % от всего количества современных названий (например, карамель “Слами”, “Бобс”, чай “Лисма”, конфеты “Альмонде”, “Линдор”, “Слимо”, напиток “Трофи”).

Выделение отобъектных, отсубъектных и отадресатных речевых актов присвоения названия применительно к именам рекламной сферы проводится и в работе И. В. Крюковой (2004). Исследователь относит символические наименования к отобъектному типу, что, на наш взгляд, не вполне корректно, поскольку этот тип номинаций выполняет иную, по сравнению с отобъектным видом названий, иллокутивную функцию – он ничего не сообщает потребителю об именуемом объекте, а просто ассоциируется у него с определенным понятием, явлением, предметом за счет своей символической образности. В классификации И. В. Крюковой также не представлен фантазийный тип наименований, реализующий свой потенциал с помощью фонетического облика названий. Следует отметить, что разделение на отобъектные, отсубъектные, отадресатные, символические и фантазийные названия проводится в целях классификации материала исследования и является довольно условным, поскольку речевой акт может выполнять не одну, а одновременно несколько иллокутивных функций.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Анализ современных номинаций дает возможность выделить в качестве наиболее продуктивного отадресатный тип наименований. Направленность современных коммерческих наименований на вкусы и предпочтения целевого потребителя подтверждается и анализом их лингвистических критериев. Отсубъектные коммерческие наименования представлены наименьшим количеством примеров, что можно объяснить большим количеством производителей на современном рынке, фамилии которых ни о чем не говорят массовому потребителю. Небольшое количество символических номинаций обусловлено тем, что в условиях сильной конкуренции наименования со значением, которое не подкреплено указанием на особенности товара, не запомнятся потребителю. Современное состояние коммерческой сферы направлено на более конкретные с точки зрения целевой ориентации номинации.

Перспективами дальнейшего исследования являются изучение коммерческих наименований дореволюционного, советского и современного периодов в рамках коммуникативно-функционального подхода с позиций когнитивной лингвистики как сегмента ономастического пространства и фрагмента русской языковой картины мира, а также осмысление особенностей коммерческих номинаций других объектов.

ЛИТЕРАТУРА

- Бурдовская, Е. Ю. (2013). Товарный знак как социокультурный элемент рекламной коммуникации. (с. 226-230). *Вестник МГУКИ*. 4 (54). Москва.
- Вінарева, О. В. (2005) *Структурний, семантичний і прагматичний аспекти англomовних торгових назв (на матеріалі веб-сайтів мережі Інтернет)* (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Волошинов, В. Н. (1993). *Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологической науки о языке*. Москва: Лабиринт.
- Врублевская, О. В. (2006). *Названия торжественных мероприятий: прагмалингвистический аспект (на материале русских и немецких номинаций)*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Волгоград.
- Глухова, О. В. (2010). *Ономастические и лингвокультурологические характеристики словесных товарных знаков*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Ростов-на-Дону.
- Голев, Н. Д. (1991). Мотивационные типы ономастических образований в художественной литературе и публицистике. *Номинация в ономастике*. (с. 51-60). Свердловск.
- Горяев, С. О. (1999). *Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов)*. (Дис. канд. филол. наук). Екатеринбург.
- Грушевська, Ю. А. (2005). *Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Дніпропетровськ.
- Дзюба, К. А. *Способы формирования торговых марок (на материале английского, русского и французского языков)*. (Дис. канд. филол. наук). Тамбов.
- Исакова, А. А. (2008) *Эволюция прагмонимического пространства: структура, семантика, прагматика (на материале современной механонимии)*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Краснодар.
- Кирпичева, О.В. (2007). *Ономастикон рекламного текста*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Волгоград.
- Комолова, З. П. (1974). Семантическая мотивированность прагмонимов (на материале товарных знаков СССР и США). *Проблемы семантики*. (с. 333-339). Москва: Наука.
- Копыленко, И. М. (2001) Социолінгвістический аспект функціонування товарних знаків. *Русский язык: исторические судьбы и современность* (Москва, МГУ, 13-16 марта 2001). Взято с: <http://www.ruslangcongress. newmail.ru/sec/socioling.htm>.
- Крюкова, И. В. (2011). Имена собственные в современной российской рекламе. *Рекламный дискурс и рекламный текст*. (с. 261-279). Москва: Флинта: Наука.
- Крюкова, И. В. (2004). *Рекламное имя: от изобретения до прецедентности*. (Дис. д-ра филол. наук). Волгоград.
- Кубрякова, Е. С. (1986). *Номинативный аспект речевой деятельности*. Москва: Наука.
- Кубрякова, Е. С. (1984). О номинативном компоненте речевой деятельности. *Вопросы языкознания*. № 4. (с. 13-22). Москва.
- Кубрякова, Е. С. (1976). Производное слово как особая единица системы языка. *Теория языка. Англистика. Кельтология*. (с. 76-83). Москва: Наука.
- Кубрякова, Е. С. (1980). Семантика производного слова. *Аспекты семантических исследований*. (с. 81-155). Москва: Наука.
- Кубрякова, Е. С. (1979). Словообразование как особый вид речевой деятельности. *Словообразование и фразообразование*. (с. 48-51). Москва.
- Куликова, Г. С. (2008). Русские и иноязычные коммерческие номинации (на материале городских наименований Саратова). *Проблемы речевой коммуникации*. Вып. 8. (с. 329-335). Саратов: Изд-во Саратов. ун-та.
- Лагута, О. Н. (2000). *Стилистика. Культура речи. Теория речевой коммуникации: Учеб. словарь терминов: Учеб. пособие*. Новосибирск: НГУ.

- Литовкина, А. М. (2010). Исследование семантики онимов с позиций когнитивной лингвистики. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. № 3. (с. 33-39). Иркутск.
- Мордвинова, Н. Г. (2008). *Словесные товарные знаки алкогольных напитков (на материале русского, чувашского, французского, итальянского, испанского, немецкого и английского языков)* (Автореф. дис. канд. филол. наук). Чебоксары.
- Муравьева, К. Ю. (2006). *Символическая составляющая рекламы (проблемы теории и истории)*. (Дис. канд. культурологии). СПб. Взято с: <http://www.dissercat.com/content/simvolicheskaya-sostavlyayushchaya-reklamy-problemy-teorii-i-istorii>.
- Носенко, Н. В. (2007). *Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты* (Автореф. дис. канд. филол. наук). Новосибирск.
- Романова, Т. П. (2002). Самарские рекламные урбанонимы. *Ономастика Поволжья: тез. докладов 9-й международной конференции*. (с. 127-129). Волгоград.
- Романова, Т. П. (2007). Система способов словообразования рекламных собственных имен. *Вестн. Самар. гос. ун-та*. № 5/2 (55). (с. 204-214). Самара.
- Садохова, М. В. (2011). *Номенклатурные названия в современном русском языке*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Мурманск.
- Слухай, Н. В. (2010). Психосемантика нейма (на материале русскоязычных имен коммерческой сферы). *Мовні та концептуальні картини світу*. Вип. 29. (с. 278-284). Взято с: <http://www.scribd.com/doc/31082561/Psychosemantics-of-a-brand-name>.
- Стадуская, Н. А. (2003). *Функционально-прагматическая направленность и лингвистический статус товарного знака (на материале английского языка)*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Пятигорск.
- Сычева, Е. С. (2008). *Символизация в рекламных текстах*. (Дис. канд. филол. наук). Москва. Взято с: <http://www.lib.ua-gu.net/diss/cont/276799.html>.
- Трифорова, Е. В. (2002). *Лингвистическая характеристика словесных товарных знаков и их функционирование в печатной рекламе: на материале немецкого языка*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). СПб.
- Фадеева, Е. И. (2004). *Теория и культурно-историческая феноменология символа*. (Дис. докт. культурологии). СПб. Взято с: <http://www.dissercat.com/content/teoriya-i-kulturno-istoricheskaya-fenomenologiya-simvola>.
- Фоменко, О. С. (2009). *Прагматонимы-глобализмы: лингвистический статус и функциональная специфика*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Волгоград.
- Фролова, Н. Н. (2011). *Дискурсивные функции маркировочных наименований (брендов): лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты (на материале русского языка)*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Краснодар.
- Шведова, Н. Л. (2011). *Функциональная специфика прагматонимов (на материале современной массовой литературы)*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Волгоград.
- Шимкевич, Н. В. (2002). *Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты*. (Автореф. дис. канд. филол. наук). Екатеринбург.
- Щербакова, Т. В. (2009). "Аномалии" формы и содержания в коммерческой номинации. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, 17(155), 32, 115-118.
- Щербакова, Т. В. (2009). *Искусственная номинация коммерческих предприятий (на материале тюменских наименований)*. (Дис. канд. филол. наук). Тюмень.
- Яковлева, О. Е. (2006). *Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания)*. (Дис. канд. филол. наук). Новосибирск.

REFERENCES

- Burdovskaia, Ye. Yu. (2013). Tovarnyj znak kak sotsyokul'turnyj element reklamnoj kommunykatsii. (s. 226-230). Vestnik MHUKY. 4 (54). Moskva.
- Vinareva, O. V. (2005) Strukturnyj, semantycznyj i prahmatycznyj aspekty anhlomovnykh torhovykh nazv (na materiali veb-sajtiv merezhi Internet) (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Voloshynov, V. N. (1993). Marksizm i filosofiiia iazyka: Osnovnyie problemy sotsyologicheskoy nauky o iazyke. Moskva: Labirint.
- Vrublevskaia, O. V. (2006). Nazvaniia torzhestvennykh meropriyatij: pragmalingvisticheskij aspekt (na materiale russkikh i nemetskikh nominatsij). (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Volgograd.
- Hlukhova, O. V. (2010). Onomasticheskie i lyngvokul'turologicheskie kharakteristiki slovesnykh tovarnykh znakov. (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Rostov-na-Donu.
- Holev, N. D. (1991). Motivatsionnyie typy otonomasticheskikh obrazovanij v khudozhestvennoj literature i publitsistike. Nominatsiia v onomastike. (s. 51-60). Sverdlovsk.
- Horiaev, S. O. (1999). Nominativnyie intentsyi sub'ekta onomasticheskoy nominatsii (na materiale russkikh pragmonimov). (Dis. kand. filol. nauk). Ekaterinburh.
- Hrushevs'ka, Yu. A. (2005). Vlasni nazvy v rosijs'komu reklamnomu tekste: linhvistychnyj i funktsional'nyj aspekty. (Avtoref. dys. kand. filol. n.). Dnipropetrovs'k.
- Dziuba, K. A. Sposoby formirovaniia torhovykh marok (na materiale anglijskogo, russkogo i frantsuzskogo iazykov). (Dis. kand. filol. nauk). Tambov.
- Isakova, A. A. (2008) Evoliutsiia pragmonimicheskogo prostranstva: struktura, semantika, pragmatika (na materiale sovremennoj mekhanonimii). (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Krasnodar.
- Kirpicheva, O.V. (2007). Onomastykon reklamnogo teksta. (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Volgograd.
- Komolova, Z. P. (1974). Semanticheskaia motivirovannost' pragmonimov (na materiale tovarnykh znakov SSSR i SShA). Problemy semantiki. (s. 333-339). Moskva: Nauka.
- Kopylenko, I. M. (2001) Sotsiolingvisticheskij aspekt funktsionirovaniia tovarnykh znakov. Russkij iazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost' (Moskva, MHU, 13-16 marta 2001). Vziato s: <http://www.ruslangcongress.newmail.ru/sec/socioling.htm>.
- Kriukova, I. V. (2011). Imena sobstvennyie v sovremennoj rossyjskoj reklame. Reklamnyj diskurs i reklamnyj tekst. (s. 261-279). Moskva: FIYnta: Nauka.
- Kriukova, I. V. (2004). Reklamnoe imia: ot izobreteniya do pretседentnosti. (Dis. d-ra filol. nauk). Volgograd.
- Kubriakova, Ye. S. (1986). Nominativnyj aspekt rechevoj deiatel'nosti. Moskva: Nauka.
- Kubriakova, Ye. S. (1984). O nominativnom komponente rechevoj deiatel'nosti. Voprosy iazykoznaniiia. 4. (s. 13-22). Moskva.
- Kubriakova, Ye. S. (1976). Proizvodnoie slovo kak osobaia yedinita sistemy iazyka. Teoriia yazyka. Anglistika. Kel'tologiiia. (s. 76-83). Moskva: Nauka.
- Kubriakova, Ye. S. (1980). Semantika proizvodnogo slova. Aspekty semanticheskikh issledovanij. (s. 81-155). Moskva: Nauka.
- Kubriakova, Ye. S. (1979). Slovoobrazovaniie kak osobyj vid rechevoj deiatel'nosti. Slovoobrazovaniie i frazobrazovaniie. (s. 48-51). Moskva.
- Kulikova, H. S. (2008). Russkie i inoiazychnyie kommercheskie nominatsii (na materiale gorodskikh naimenovanij Saratova). Problemy rechevoj kommunykatsii. Vyp. 8. (s. 329-335). Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta.
- Laguta, O. N. (2000). Stilistika. Kul'tura rechi. Teoriia rechevoj kommunykatsii: Ucheb. slovar' terminov: Ucheb. posobiie. Novosibirsk: NHU.
- Litovkina, A. M. (2010). Issledovaniie semantiki onimov s pozitsij kognitivnoj lingvistiki. Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. № 3. (s. 33-39). Irkutsk.

- Mordvinova, N. H. (2008). Slovesnyie tovarnyie znaki alkohol'nykh napitkov (na materiale russkogo, chuvashskogo, frantsuzskogo, ital'ianskogo, ispanskogo, nemetskogo i anglijskogo iazykov) (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Cheboksary.
- Murav'eva, K. Yu. (2006). Simvolicheskaja sostavliaiuschaia reklamy (problemy teorii i istorii). (Dis. kand. kul'turologii). SPb. Vziato s: <http://www.dissercat.com/content/simvolicheskaja-sostavlyayushchaya-reklamy-problemy-teorii-i-istorii>.
- Nosenko, N. V. (2007). Nazvaniia gorodskikh ob'ektov Novosibirska: strukturno-semanticheskij i kommunikativno-pragmaticheskij aspekty (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Novosibirsk.
- Romanova, T. P. (2002). Samarskie reklamnye urbanonimy. Onomastika Povolzh'ia: tez. dokladov 9-j mezhdunarodnoj konferentsii. (s. 127-129). Volgograd.
- Romanova, T. P. (2007). Sistema sposobov slovoobrazovaniia reklamnykh sobstvennykh imen. Vestn. Samar. gos. un-ta. № 5/2 (55). (s. 204-214). Samara.
- Sadokhova, M. V. (2011). Nomenklaturnye nazvaniya v sovremennom russkom iazyke. (Avtoref. dys. kand. fylol. nauk). Murmansk.
- Slukhaj, N. V. (2010). Psikhosemantika nejma (na materiale ruskoiazychnykh imen kommercheskoj sfery). Movni ta kontseptual'ni kartyny svitu. Vyp. 29. (s. 278-284). Vziato s: <http://www.scribd.com/doc/31082561/Psychosemantics-of-a-brand-name>.
- Stadul'skaia, N. A. (2003). Funktsional'no-pragmaticheskaja napravlenost' i lingvisticheskij status tovarnogo znaka (na materiale anglijskogo iazyka). (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Piatigorsk.
- Sycheva, E. S. (2008). Simvolizatsiia v reklamnykh tekstakh. (Dis. kand. filol. nauk). Moskva. Vziato s: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/276799.html>.
- Trifonova, E. V. (2002). Lingvisticheskaja kharakteristika slovesnykh tovarnykh znakov i ikh funkcionirovaniie v pechatnoj reklame: na materiale nemetskogo iazyka. (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). SPb.
- Fadeieva, Ye. I. (2004). Teoriia i kul'turno-istoricheskaja fenomenologiia simvola. (Dis. dokt. kul'turologii). SPb. Vziato s: <http://www.dissercat.com/content/teoriya-i-kulturno-istoricheskaja-fenomenologiya-simvola>.
- Fomenko, O. S. (2009). Pragmatonimy-globalizmy: lingvisticheskij status i funktsional'naia spetsifika. (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Volgograd.
- Frolova, N. N. (2011). Diskursivnyie funktsii markirovochnykh naimenovaniij (brendov): lingvokul'turologicheskij i lingvopragmaticheskij aspekty (na materiale russkogo iazyka). (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Krasnodar.
- Shvedova, N. L. (2011). Funktsional'naia spetsifika pragmatonimov (na materiale sovremennoj massovoj literatury). (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Volgograd.
- Shimkevich, N. V. (2002). Russkaja kommercheskaja ergongmgia: pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty. (Avtoref. dis. kand. filol. nauk). Ekaterinburh.
- Scherbakova, T. V. (2009). "Anomalii" formy i sodержaniia v kommercheskoj nominatsii. Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija. Iskusstvovedeniie. № 17 (155). Vyp. 32. (s. 115-118). Cheliabinsk.
- Scherbakova, T. V. (2009). Iskusstvennaia nominatsiia kommercheskikh predpriiatij (na materiale tumenskikh naimenovaniij). (Diss. kand. filol. nauk). Tiumen'.
- Yakovleva, O. Ye. (2006). Semioticheskie tipy pragmatonimov sovremennogo russkogo iazyka (na materiale nominatsij produktov pitaniia). (Dis. kand. filol. nauk). Novosibirsk.

*Дата надходження до редакції 05.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

ДИСКУРСОЛОГІЯ. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ

УДК 81' 42.131.1 "312"

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ФРАНЦУЗЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ПРОЗИ (АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД)

КАГАНОВСЬКА О. М.

доктор філологічних наук, професор
Київський національний лінгвістичний університет
romanphilology@knl.u.kyiv.ua

У статті обґрунтовано ефективність застосування комплексного семантико-когнітивного підходу до вивчення текстових концептів французької художньої прози на семантичному, метасеміотичному та метаметасеміотичному рівнях. Наголошено на необхідності врахування когнітивної та комунікативної динаміки текстових концептів у ракурсі імплікації та експлікації, що дає змогу ієрархізувати текстові концепти і з'ясувати всі їхні функції у французьких романах середини ХХ сторіччя. На основі аналізу романів встановлено тенденцію до негативного спрямування текстових концептів усіх рівнів ієрархії. Доведено, що текстові концепти досліджуваних романів виконують функції інтеграції, диференціації та індивідуалізації.

Ключові слова: концептуальний підхід, текстовий концепт, мегаконцепт, імплікація / експлікація.

CONCEPTUAL SPACE OF FRENCH LITERARY PROSE (ANALYTICAL REVIEW)

KAHANOVSKA Olena Markivna
Doctor of Sciences (Philology), Professor
Kyiv National Linguistic University

Introduction. Actualization of the concepts in literary texts of certain epoch is traditionally linked with their understanding as phenomena which serve reflect the tendency of understanding and perception the world. The article suggests a new comprehensive semantic and cognitive approach to textual concepts of French literary prose at semantic, metasemiotic and metametaseiotic levels. The research focuses on revealing the cognitive and communicative dynamics in the unfolding textual concepts viewed through textual implication and explication. Such approach allowed to create a hierarchy of textual concepts and define their functions in the mid XX-th century French novels. The tendency towards negativity of textual concepts at all levels of their hierarchy, and the functions of their integration, differentiation and individualization in the novels under consideration are determined.

Purpose. The paper aims at modelling the conceptual space of French literary prose based on its idea and lingual means.

Methods. The paper grounds on conceptual analysis, textual analysis, modelling the imaginary space, and narrative analysis.

Results. The paper proves that author's and character's worlds are determined by internal textual factors of literary text semantics. At the same time semantic of imaginary worlds depends on psychological and sociocultural worlds of textual communication interlocutors. Psychological world of the narrator and character both is distinguished by its duality: the world of each taken separately character is his internal psychological world, but the later, as independent personality, tries to keep this world unchanged.

Conclusions. Turning to the problem of the textual concepts actualization and the ways of text composition becomes in its sense the study of basic mental and behavioral processes,

which take place in literary text. So, complex analysis of literary text which combines the modelling of imaginary worlds and narrative of the text through the prism of textual concepts in conceptual space of the text opens new perspectives for integration the analysis of text composition and general scientific investigation methods.

Key words: conceptual approach, textual concept, megaconcept, implication / explication, French literary prose.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв’язання.

У літературознавстві концепти художніх творів певного періоду традиційно інтерпретують як цілісні явища, що репрезентують специфіку епохи. Виокремлення в лінгвопоетиці трьох основних розділів: 1) *стилістики*, що базується на відбитті мовних фактів у художньому завданні, 2) *тематики*, або *поетичних тем*, підпорядкованих загальному художньому завданню, і 3) *композиції* як особливій формі розташування матеріалу, зумовленої ідейним змістом твору, дозволило пов’язати ідейний зміст твору з метаобразами і через них – з мовними компонентами тексту. За такого підходу в художньому тексті виділяється ряд співвідносних різнорівневих понять: ідея (тема), метаобрази, пов’язані із сюжетом і композицією твору, а також система виражальних засобів мови. Художній твір представляється як триада: ідейно-естетичний зміст – концептуальна організація (система метаобразів) – художній текст (естетична мовленнєва система) (Макаров, 1998, с. 46), центральне місце в якій відведене метаобrazам. Розташування метаобразу в ланцюжку “ідея – метаобраз – мова” визначає його зв’язок з ідейним змісту твору, і з мовним матеріалом, що надає художньому твору самотності.

Метою статті є представити концептуальний простір французької художньої прози відповідно до ідейного змісту твору і виходячи з наявних у конкретному творі мовних та мовленнєвих засобів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення концептуального метаобразу безпосередньо зумовлене принципом метаопису, адже зображене в творі мистецтва не збігається з тим, що виражається (Степанов, 1965). Принцип художнього метаопису, за Ю.С. Степановим (1965), полягає у формуванні в образній системі художнього твору *двох систем образів* – системи безпосередньо виражених образів і системи безпосередньо невиражених образів. Безпосередньо невиражений словесний образ є узагальнювальним порівняно зі словесно вираженим образом. У зв’язку з цим констатуємо, що більш загальний безпосередньо невиражений образ (так званої другої системи) корелює з кількома словесними образами (першої системи).

Наведене положення дає підстави дійти висновку про те, що *процес метаопису художнього твору полягає у віднайденні образів другої системи через першу* з урахуванням того, що другу систему можуть представляти кілька словесно невиражених метаобразів, і тоді виникає потреба у третій метасистемі, у яку мають бути вбудованими всі ці метаобрази, – системі *метаметаобразів* (Степанов, 1965, с. 290–294). Кореляція “словесно виражений метаобраз – словесно невиражений метаобраз – метаметаобраз” є регресивною за своєю суттю: кількість словесно виражених метаобразів завжди буде більшою за кількість словесно невиражених метаобразів, яких також завжди буде більше, ніж метаметаобразів. Метаметаобрази зливаються в художню ідею твору, що завершує своєрідну піраміду художнього метаопису.

Ієрархію метаобразів художнього твору схематично зображено на рис. 1:

Кінцевий метаобраз –

ідея твору

Метаобраз другої системи

Метаобраз першої системи

Словесні образи (початок аналізу)

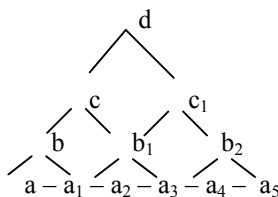


Рис. 1. Ієрархія метаобразів художнього твору

Використання *методу метаопису* дає змогу інтерпретувати художній текст як самостійний об'єкт. Відповідно до *методу абстракції* текст репрезентує певну систему цінностей, що А. Бергсон подає в термінах егоцентричної поетики. На його думку, сутність метаобразу полягає в поглибленні сприйняття тексту: “він є вмістищем афектів й одночасно джерелом дії; саме цей образ я приймаю як центр мого світу і як фізичну основу моєї особистості” (Bergson, 1954, с. 21). Розташування метаобразу в центрі “ідей, думок, сприйнятів” зумовлює можливість його формування “за допомогою інших образів” (Потебня, 1976, с. 521–522).

Цитоване положення О.О. Потебні вказує на ключові точки перетину концептуального метаобразу з художнім образом (метаобразом). Їхньою спільною властивістю є тенденція до виходу на вищі рівні абстракції (метаобрази → метаметаобраз_{1, 2, 3, п...} → мегаобраз), тобто на вершину описаної вище піраміди метаопису Ю.С. Степанова (див. рис. 1). Спільна якість як концептуальних, так і художніх метаобразів відбивається також у тому, що й ті, й інші розгортаються в опосередкованій формі, збагаченій новими смислами. Звідси впливає важлива характеристика художнього тексту, яка полягає в тому, що твір не замкнений “на самому собі й для себе”, а завжди є чимось більшим: “Якщо погодитися з тим, що літературний твір представлений самим текстом (а не різними його маніфестаціями), то звідси впливає, що він або не підлягає копіюванню, або точна підробка однієї з його маніфестацій є сама по собі не більше, ніж новою маніфестацією” (Genette, 1994, с. 86).

Концептуальний метаобраз, який становить підґрунтя концептуальної системи художнього тексту і виникає внаслідок багаторазового викривлення смислу та зміни контекстів, створює своєрідну ієрархію впорядкованої системи мов. У такому плані концептуальний метаобраз пов'язаний з категорією *мерехтіння* і визначається у філософії мови як “мерехтіння імені” (Ионесян, 1989, с. 118), а в семантиці художнього тексту – як “мерехтіння тексту” (Баталова, 1981, с. 78). У семантичному просторі художнього твору з'являється нова *метареальність*, тобто мерехтіння (“висвітлення”, за А. Вежбицькою (1992, с. 126–128)), що виникає в процесі ідейно-художнього смислотворення.

Особливо актуальним для вивчення **концептів** художнього твору вважаємо застосування семантико-когнітивного аналізу, оскільки він дає змогу показати динаміку їхнього розгортання в тексті й ґрунтується на понятті *вербалізованих концептів* (Кубрякова, 1964). Призначення вербалізованих концептів, що містять як “омовлювану”, так і “неомовлювану”, іншими словами, експліцитну та імпліцитну інформацію (Селиванова, 2000, с. 76), полягає в осмисленні світу дійсності в різних типах діяльності, зокрема й у текстовій.

Вербалізованим концептам властива біполярність, тобто подвійна мовленнєва й мисленнєва ознаки, це дає підстави вбачати в текстових концептах вербалізовані концепти. Одночасно окреслюються межі як текстових концептів, так і метаобразів художнього твору. Якщо розглядати текстові концепти як утілення метаобразів художнього твору, наведена вище (рис. 1) піраміда художнього метаопису постає таким чином: метаобрази постають як вершинні компоненти, тоді як текстові концепти мають базовий статус, тобто займають центральне положення між вербалізованими концептами й метаобразами, або зберігають вищий статус відносно вербалізованих концептів (див. рис. 2):

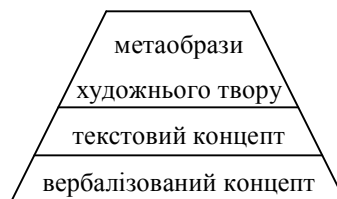


Рис. 2. Ієрархія метаобразів художнього твору

Між метаобразами і текстовими концептами (див. Кагановська, 2003) можна провести аналогії, що відображають співвідношення двох динамічних структур: когнітивної і комунікативної. У французькій лінгвістиці динамічний аспект текстових концептів пов'язують з їхнім знаковим характером, що набуває властивості статусної ознаки: “Подібно до того, як стійкість об'єкта співвідносить його з дією, дія співвіднесена з ідеєю, або відповідно до прийнятої на сьогодні термінології – з концептом, який має бути не “описаним”, а “позначеним” (Genette, 1994, с. 163). Ж. Женетт інтерпетує текстові концепти як процедуру *концептуальної редукації*, тобто ментальну операцію, що передбачає редукування об'єкта або події художнього твору (Genette, 1994, с. 170). У зв'язку з цим нову інтерпретацію отримує один з основних постулатів когнітивної лінгвістики, згідно з яким семантика мовних одиниць формується передусім на базі концептуалізації, а також визначається характером концептів, що таким чином об'єктивуються в мовних одиницях. Проте таку ознакову характеристику текстових концептів, як їх ідеальний характер, не може вважати єдино прийнятними через інтерпретацію терміна “редукування” в значенні “деформації смислу”. Виникає певна суперечність, пов'язана з *відчуженням* смислу і формуванням нової множинної мови, тобто мови, побудованої так, що будь-яке породжуване нею художнє творення набуває множинності смислів (Барт, 1994, с. 353). У множинності смислів відбувається так звана *функціональна переорієнтація*, інакше кажучи, реструктурація концептуальної системи художнього твору, визначальну роль у якій відіграють метаобрази.

Звернення до текстових концептів як до підґрунтя формування метаобразів передбачає “скрупульозні пошуки засобів вираження концепту, що концентрує у собі результати авторського опанування дійсності і пропagaє їх читачеві” (Кухаренко, 1988, с. 76). У сучасних романських дослідженнях інтерес до текстових концептів впливає, з одного боку, з внутрішньої логіки художнього тексту, з іншого – з їхнього особливого статусу в експлікації фактів, оскільки полягає в “поясненні руху, при якому текст немовби розгортає світ перед самим собою” (Рікер, 2000, с. 99). Різноманітністю відрізняється розуміння текстових концептів як засобів своєрідного програмування, з огляду на те, що метою текстового аналізу має бути не задум автора, а *реально сказане*, незалежне від інтенції автора; інакше кажучи, об'єктом зацікавлення і вивчення стає безпосередньо художній текст.

У семіотичному плані важливим є положення про властивість концепту пов'язувати знаки в цілісний текст “ланцюжком позарозташованого образу” (термін М.М. Бахтіна (1986, с. 129)). Таким чином, відкривається простір для набуття художнім текстом множинності, якою передбачається “неусуненість” смислів (Барт, 1994, с. 417), що переходить межі їхнього простого співіснування. Маємо на увазі таку множинність смислів, що формує “**багатосмислову напруженість**” (термін наш. – О.К.). Характерна ознака багатосмислової напруженості полягає в її фокусуванні на імпліцитно-експліцитних зв'язках. У багатосмисловій напруженості формується принципова ознака текстових концептів – *надкатегоріальність*, що виводить їх поза просторові й часові межі.

У співвіднесенні текстових концептів з текстовою реальністю закладене їхнє діалогічне підґрунтя. Учасники текстового діалогу перебувають у неоднаковому становищі через те, що *текст є відповіддю на питання концепту*. З огляду на те, що загальний смисл концепту відповідає змісту тексту, однією з основних особливостей концепту є його відносна питальність: у питанні, поставленому концептом, уже закладена відповідь, зумовлена сутністю самого концепту, який, за вдалим визначенням дослідників, “більше знає, ніж хоче дізнатися” (Барт, 1994, с. 418). Концепт породжує перспективне бачення, яке в полягає в тому, що всі можливі відповіді на питання, порушені концептом, постають як можливі, не визначені наперед.

За своєю питально-відповідною сутністю текстові концепти представляють “еліпсис” знання. У цьому виявляється його *еліптична функція*, віддзеркалена в його етимології,

оскільки латинське “conceptio” охоплює чотири ознаки: а) сума, система; б) сховище; в) зачаття; г) словесний вираз. Сучасне витлумачення текстового концепту поєднало всі ці ознаки: він зберігає те, що втрачене в безпосередньому тексті, акумулює можливості остаточного сприйняття, а отже, є зачинателем того, що перебуває по іншій бік описуваної художньої реальності.

Названі ознаки текстових концептів – **багатосмислова напруженість, надкатегоріальність, питальність й еліптичність** – віддзеркалюють їхній **імпліцитний** характер, зумовлений знаковими властивостями тексту як імені. У зв'язку з цим призначення текстових концептів полягає в **окресленні смислового боку тексту** як макрознаку: “образ утрачає якусь кількість знань, але вбирає в себе знання, що містяться в концепті” (Барт, 1994, с. 84). Витлумачення текстових концептів як таких, що репрезентують смисл макрознаку, увиразнює їхній лінгвopsихологічний характер, підтверджує їхній статус мисленнєвих утворень, що виникають у свідомості автора художнього твору, коли він описує об'єкт художньої реальності мовними засобами у формі тексту. Отже, до перерахованих вище ознак текстових концептів потрібно додати **інтенціональність**, яка відбиває психологічне начало текстових концептів, зумовлене їхнім мисленнєвим характером.

Інтенціональний аспект художнього твору важливо враховувати в дослідженні текстових концептів, оскільки він дає змогу з'ясувати механізми художньої текстопобудови й описати процеси, що відбуваються в текстових концептах. На основі усього вищезазначеного, пропонуємо таке визначення текстового концепту: **текстовий концепт становить кодоване мовленнєво-мисленнєве утворення змістового плану, що зумовлене багатосмисловою напруженістю художнього тексту, виявляє надкатегоріальність й імплікує сукупність ознак художнього твору.**

Дослідження текстових концептів французьких романів середини ХХ сторіччя передбачає застосування *методики семантико-когнітивного аналізу*, відповідно до якої поетапно аналізують текстові концепти на трьох рівнях – семантичному, метасеміотичному та метаметасеміотичному. Ця методика акцентує на динамічному характері текстових концептів художнього твору і передбачає передусім суцільну вибірку з усього наявного текстового матеріалу. На метасеміотичному рівні дослідження розгортання текстових концептів проходить шляхом зведення в схеми виділених з тексту слів та словосполучень з концептуальним навантаженням. Саме в схемах відтворюються *тематичні* та *логіко-тематичні лінії* фрагментів. На метаметасеміотичному рівні формується концептуальний простір художнього твору, тобто окреслюється сукупність зв'язків логіко-семантичного плану, зумовлена концептуальними складниками, що в підсумку формує текстовий концепт. Усередині концептуальних просторів виникають відношення, подібні до тих, що наявні в синтаксичній структурі речення (відношення сурядності, субординації, координації, суміщення, послідовності, вміщення тощо). У такий спосіб накреслюються *концептуальні лінії*, тобто певні напрями, якими розгортаються текстові концепти художніх творів.

Методика семантико-когнітивного аналізу текстових концептів зумовлює звернення до цілого твору, у межах якого спостерігаємо описану аналітичну процедуру. Спираючись на вихідне положення лінгвосеміотичної теорії А.О. Білецького (1973) про системність семантичних кореляцій, текстові концепти відповідно до традиційної наукової грецької термінології розглядаємо ієрархічно: вершинному текстовому **мегаконцепту** підлягають **мезоконцепти, макроконцепти та катаконцепти**, що мають нижчий ступінь узагальненості. Розмаїття текстових концептів становить ієрархічну структуру, тобто мережу текстових мезоконцептів, макроконцептів та катаконцептів з відповідними *складниками* текстових концептів кожного рівня. Формується своєрідна піраміда за типом піраміди ієрархії метаобразів художнього тексту (див. рис. 1), на верхівці якої – текстовий мегаконцепт художнього твору (див. рис. 3):

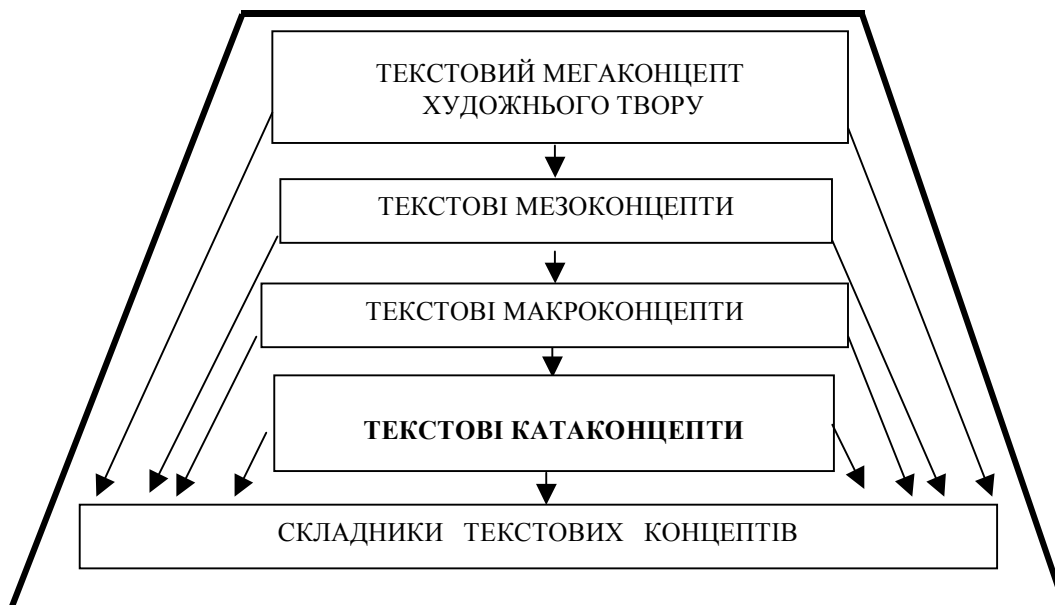


Рис. 3. Ієрархія текстових концептів художнього твору

Текстові мезоконцепти, які за своєю суттю є базовими концептами, окреслюють концептуальні лінії твору і слугують своєрідним фундаментом для розгортання як мегаконцепту твору, так і текстових макроконцептів, що входять до нього і підпорядковуються відповідно до концептуальних рівнів макроконцепту (макроконцепт_{1, 2, 3 ... n}). Вершинний характер макроконцептів першого рівня (макроконцепт₁) стосовно макроконцептів інших рівнів (макроконцепт_{2, 3 ... n}) свідчить про те, що він виконує вужчі узагальнювальні функції. Вищий статус текстових мезоконцептів щодо макроконцептів та катаконцептів засвідчує подальшу ієрархію концептів. Структура всіх текстових концептів визначається суміщенням складників текстових концептів, поєднання яких розгортає відповідні концепти.

У дослідженні текстових концептів художнього тексту важливу роль відіграє урахування мовної форми як концепту, що реалізується в конкретних мовних знаках і зумовлюється властивістю мови кодувати знання, отримані через сприйняття й осмислення (чи переосмислення!) світу. Саме тому проблема взаємозв'язку змісту тексту з когнітивними структурами трансформується в глобальну проблему інтерпретації тексту загалом та його інтенціональності зокрема.

Когнітивний аспект семантики художнього тексту відображає різноаспектні відношення між реально даним і домислюваним. Аналіз специфіки розгортання текстових концептів актуалізує категорію “модельного” світу, уведеного в наш внутрішній світ, з одного боку, і в межі реконструйованого внутрішнього світу автора художнього тексту, з іншого. У модельному світі в семантиці художнього тексту знання являє собою окремі види інформації, особливість якої полягає в ступені її вербалізації, способах первинного опрацювання і можливостях подальшого збереження. У зв'язку з цим у дослідженні текстових концептів художнього тексту є важливою проблема імпліцитного змісту, шляхом якого проходить коригування авторських інтенцій відповідно до конкретної текстової ситуації.

Формування концептуального уявлення про світ художнього тексту з виокремленням уявного світу засвідчило розширення первинного концепту “Світу як обжитого місця”, у якому увиразнилося поняття ментального світу (Степанов, 1994, с. 6–7). Ментальний, або уявний, простір художнього тексту окреслюється як простір референції, що базується на семантичному

просторі: “різні світи – це світи *референційно різні у тій самій семантиці* [виділено автором. – О.К.]” (Степанов, 1994, с. 6–7). Референційний простір тлумачать так: “Подібно до того світу, в якому я *дійсно живу* (ходжу, дію), розташований також більш віддалений світ, у якому я *можу жити* (рухатися, діяти), і ще більш віддалений світ, у якому я *міг би діяти, але навряд чи буду* (настільки він віддалений), і ще і ще більш віддалений світ, у якому я *ніколи не можу бути*, такий він далекий, але який я *можу собі уявити* точно так само, як і всі попередні, – але тільки – і лише – у *думці* [курсив наш. – О.К.]” (Тураева, 1999, с. 11). Сучасні романські лінгвопоетичні дослідження виходять з урахування інтенціонального аспекту семантики художнього тексту в тому розумінні, що вже написані твори розглядаються в їхньому підпорядкуванні іншим можливим комбінаціям.

Лінгвофілософський підхід до семантики можливих світів з розумінням просторового образу світу обґрунтував один з найбільш нетрадиційних французьких лінгвістів Г. Гійом (1992), у концепції якого втілено уявлення про мову як форму існування у свідомості людини світу співвіднесених понять разом із навколишнім реальним світом в кореляції “Людина / Всесвіт”. Розмежування світу двох реалій (конкретних, сприйнятих чуттєвими органами, і абстрактних, позбавлених конкретного буття) посприяло переконанню в тому, що необхідно вивчати мовний і мовленнєвий рівні на основі фактів різного типу – видимих і невидимих. Видимими вважають ті факти, які ми здатні побачити. Поза тим, факт, який ми не змогли побачити, все одно є фактом (*Leçons de linguistique de Gustave Guillaume*, 1982). Пізнання Всесвіту, зокрема всесвіту художнього твору, дозволяє “вбачати в реальності більше того, про що свідчить безпосереднє чуттєве сприйняття, [...] тобто є результатом творчої роботи думки” (Реферовская, 1997, с. 14).

Окреслення “Універсуму” в безпосередньому зв’язку з різними вимірами мови пов’язують з інтерпретацією ідеї можливого як більш фундаментального, ніж ідеї реального: “Усі світи в їхній сукупності потрібно вважати одним світом, чи одним універсумом” (Лейбниц, 1989, с. 113). Релятивність, передбачена категорією можливого (“Можливе – це розумова перекомбінація того, що існує” (Кант, 1964, с. 398)), дала підстави Б. Паскалю (1995) влучно сформулювати своє ставлення до можливих світів: “Простором Всесвіт охоплює мене і поглинає як точку; думкою ж я охоплюю і розумію його” (с. 438).

Моделюючи співвідношення реальності й можливості, тобто різних світів, автор художнього твору враховує почування індивіда “в казковому і повному відповідностей світі” (Блок, 1962, с. 426–428). Для того, щоб “цей світ” і “світи інші” співіснували й були об’єктивовані як реальні, вони повинні постійно перебувати в розвитку, в динаміці (Блок, 1962, с. 431), нагадуючи динамічний внутрішній світ письменника. Об’єктивованість можливих світів художньою реальністю відзначає О.П. Воробйова (1997), яка вказує, що семантичний простір художнього тексту пов’язаний зі створенням альтернативного, можливого світу (с. 40). Подібної думки дотримується І.П. Ільїн (1983), який наголошує, що художній світ твору, його друга реальність надбудована над його словесною опорою як матеріальним субстратом і за своєю суттю не може бути зведено до нього, подібно до того, як в принципі “неможливо обмежити іншу реальність художнього твору суто словесним виміром” (с. 159).

Літературно-філософський підхід до вивчення семантики можливих світів у ХХ ст. застосував М.М. Бахтін (1979), який відзначав існування імовірнісного всесвіту, у якому багато невизначеностей, та наголошував, що їх потрібно навчитися “враховувати і вираховувати” (с. 314). Ми поділяємо думку У. Еко (1992) про визначення відмінностей між концептами простору й тексту: якщо *простори* позначаються як світи, наукове пояснення яких можна дати відповідно до певних законів, то *текст* передбачає когерентну серію речень, пов’язаних між собою спільною темою. Тобто текстовий семантичний простір інтерпретуємо згідно з тезою про те, що: “у повному описі ситуації за моделлю того, що реально мало місце, має стояти інша модель – “ніби світ був іншим”, і ці світи рівнозначні. Вони мають спільний “історичний”

стрижень, що зумовлює між ними відношення альтернативності” (Переверзев, 1998, с. 35). Відношення альтернативності, що існують між реальним і можливим світами художнього твору, обґрунтовують ідею існування відносної рівноваги у співвідносній системі “імплікація – експлікація”, що зумовлює дослідження проблеми можливих світів у ракурсі семантико-концептуального підходу.

Художній текст слугує своєрідним провідником до світу художнього вимислу і водночас співвідносить його з позамовним світом, тобто зі світом реального досвіду. Сприйняття універсуму відбувається через його поділ на два світи (“свій” і “чужий”), що мають множинні інтерпретації на зразок “цей – той”, “ми – вони”, “далеке – близьке” (Пеньковський, 1989, с. 54–56). Проблема протиставлення “чужого” та “свого” світів, як статичного та динамічного, трансформується в проблему ракурсу, у якому світ організований “для мене” і для когось ще, але в жодному разі не “для нас”. У художній інтерпретації подібний світ є лише світом усереднених можливостей, своєрідною порожнею, у якій стверджується існування всіх і водночас нікого конкретно (Пеньковський, 1989, с. 58).

На можливості розмежування світів наголошено в концепції М.М. Бахтіна (1986) за моделлю корелятивних образних категорій “я – інший” (пор. “діалектику внутрішньої і зовнішньої позицій людини” М. Бубера (1992): “Я” і “Ти” як сфера безпосереднього чуттєвого ставлення протиставляється світу “Воно”, у якому сутності впорядковані й об’єктивовані (с. 326)). Специфіка їхньої спільної актуалізації уможливила варіації: “я-для-себе” бачить світ абсолютно не так, як “я-для-іншого”, саме тому, що акцент зміщений на цього “іншого”: “Позитивно значущим для мене світ стає лише як оточення іншого” (с. 117). Унаслідок взаємозв’язку реального й можливого світів художнього тексту виникає єдино можлива в людському досвіді конкретика, адже, за афористичним визначенням М.М. Бахтіна (1986), подібно до того “як людина не укладена до кінця у своє реальне становище, так і світ не укладений до кінця в слово про нього” (с. 357).

Художня комунікація відбувається на досить тонкій грані між реальним і вигаданим світами, їхнє одночасне існування зумовлене не лише мовними засобами, як стверджували дослідники 70-х років минулого століття. З одного боку, художня реальність утілена у вигаданому, неконкретному світі з цілком конкретними ознаками (“Посилання на розташування Острова скарбів може бути таким же конкретним, як і на Ліонський вокзал” (Ducrot, 1972, с. 317)), з іншого – перехід від реального до можливого світу художньої реальності аналізують в аспекті “первинного” й “вторинного” реалізму (Ricardou, 1992, с. 12–13). Реалізм першого рівня (“первинний” реалізм) полягає в неототоженні конкретного об’єкта з його словесною оболонкою. Мету реалізму другого рівня (“вторинний” реалізм) становить опис відношень і віднаходження спільних положень між вимислом і наративними типами, тобто розкриття процедури, шляхом якої відбувається формування наративних типів в одному з вигаданих (чи можливих) світів (Ricardou, 1992, с. 14).

Співіснування взаємозаперечних імовірнісних оцінок з позиції світу “ззовні” зумовлене впливом *контрфактичності*, яка теоретично залишає щілину для можливого перебігу подій (див., напр., Переверзев, 1998, с. 34). Визнання контрфактичності в семантиці художнього тексту відображає взаємодію двох, на перший погляд, протилежних тенденцій: завдяки їй відбувається, по-перше, художнє поєднання *просторів* і, по-друге, формування *часової* моделі світу. Сутність обох планів, що перебувають на межі семіотики й наратології, можна розкрити за допомогою терміна “перемикання”, або “зміна фокусу”, у тріаді “я – тут – зараз”. Перехід зі стану “я” у “не-я” передбачає *актантне* перемикання; визначення “не-зараз” свідчить про *часове* перемикання, що відрізняється від часу, у який відбувся акт висловлювання; характеристика “не-тут” у *просторовому* перемиканні підтверджує зміну місця акту висловлювання (Греймас, 1983, с. 506). Отже, усі форми перемикання є своєрідними художніми світами, альтернативними відносно реальних світів.

Термін “спациалізація” щодо семантичного простору художнього тексту почали застосовувати з середини 70-х років ХХ століття у французькій лінгвістиці (див., напр., Bremond, 1973, с. 64), акцентуючи на тому, що лінгвістична категорія часу охоплює репрезентативні просторові структури. З цього положення випливає, що часова спациалізація розгортається переважно на текстовому рівні. Схожі міркування висловив У. Еко (1992), який запропонував комплексно аналізувати простір і час у художньому тексті з огляду на те, що час може набувати рис просторовості, а простір – часових ознак. У цьому аспекті варто згадати й просторову теорію Г. Гійома. (1965), у якій відображено основні тенденції сучасних французьких лінгвофілософських досліджень. Виокремлення психосистематики, психомеханіки і психосеміології (Гійом, 1965, с. 68–72)) уможливило реалізацію системних відношень мовних елементів, з чого випливає висновок: часовий рух, що не має власного графічного вираження, можна витлумачити суто просторовими термінами, адже “найпростіше відтворення часового руху за допомогою стрілки вже має просторовий характер” (Реферовская, 1997, с. 30).

Розв’язання проблеми простору й часу в семантиці можливих світів залежить від того, як витлумачують можливі світи: як суто час чи як час з урахуванням його протікання у відведених межах, а саме відповідно до часового *простору*. Урахування цього простору означатиме вивчення не часу, а *часів*, різноманіття яких передбачене категорією світів. Ці світи відрізняються особливою конфігурацією, так званою просторово-часовою траєкторією, що визначає характеристику подій та персонажів. Залежність можливих світів від композиційних і сюжетних особливостей художнього твору передбачає розгортання текстових концептів відповідно до загальних тенденцій художньої текстопобудови.

У семантичному просторі художнього тексту розгортання текстових концептів детермінує перебування світів оповідача та персонажів у постійній динаміці, насамперед через інтенціональність цих світів. Крім того, між світами оповідача та персонажів є ще багато інших світів, починаючи зі світу кожного окремого персонажа і закінчуючи так званими композиційно-тематичними світами художнього твору, що також істотно впливає на формування персонажних світів. Світ оповідача, що постає в задумі автора, виявляється далеко не повним на тлі можливого варіювання цього світу в самому творі.

Поряд з експліцитним світом оповідача у просторово-часовій моделі художнього тексту зринає множинність імпліцитних світів персонажів, у зв’язку з чим на семантичному рівні світ оповідача може набувати зовсім іншого інформаційного наповнення. Цілком імовірно, що аналогічне викривлення відбувається і з персонажними світами, які теж корегуються цілим комплексом взаємовідношень.

На формування авторського й персонажного світів впливають внутрішньотекстові фактори семантики художнього твору. Водночас у стратифікації семантики можливих світів варто також урахувати психологічний і соціокультурний світи учасників текстової комунікації. Відомо, що психологічний світ і оповідача, і персонажів художнього твору певною мірою двоїстий: з одного боку, кожен персонаж як незалежна особистість прагне зберегти свій внутрішній психологічний світ недоторканим, а з іншого – психологічний світ має бути єдиним для кількох персонажів; маємо на увазі так званий зовнішній психологічний світ, мета якого полягає в узгодженні ціленастанов оповідача та персонажів, саме цього вимагають закони прирощення смислу, відповідно до яких “кожний через взаємодію з *іншими*, через виявлення себе в *іншому* (інших) формує *новий* смисл [курсив автора. – О.К.], який не зводиться до простої суми складників” (Еремеев, 1992, с. 27).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Балансування на межі між численними світами, можливими за одних обставин і не можливими за інших, визначає постійну увагу до проблеми двоїстості бачення художнього світу – як реального й водночас опосередкованого у відчуттях. У зв’язку з цим проблема семантичної типології простору й часу в розгортанні

текстових концептів художнього твору набуває загальнотеоретичного значення. Закони функціонування мови впливають з логіки процесів, за допомогою яких ми встановлюємо відповідність або невідповідність нескінченних образів реальним фрагментам світу, що й пов'язує мову з когнітивними засадами семантики можливих світів, зумовлюючи водночас розгляд текстових концептів паралельно в межах формо-змістових зв'язків, значення і смислу. Співвідносність рядів “форма – зміст” і “значення – смисл” впливає із самого визначення текстових концептів, у яких убачається мовленнєво-мисленнєве формування змістового плану. Розгортання текстових концептів безпосередньо пов'язане з текстопобудовою, ця закономірність спонукає до комплексного вивчення базових розумових і поведінкових процесів, що відбуваються в художньому тексті. Саме тому в аналізі художнього тексту з позицій представлення можливих світів крізь призму текстових концептів проблему текстопобудови не виокремлюють, а розглядають у комплексі з іншими дослідницькими пошуками.

ЛІТЕРАТУРА

- Барт, Р. (1994). *Семиотика. Поэтика: Избранные работы*. Москва: Прогресс–Универсус.
- Баталова, Т. М. (1981). Ассоциативные и коннотативные связи в художественном тексте как средство создания образности. *Лингвистические аспекты образности*, 174, 75-82.
- Бахтин, М. М. (1979). *Проблемы поэтики Достоевского* (4-е изд.). Москва: Советский писатель.
- Бахтин, М. М. (1986). Из предьстории романного слова. *М.М. Бахтин. Литературно-художественные статьи* (с. 353-391). Москва: Художественная литература.
- Бахтин, М. М. (1986). *Эстетика словесного творчества* (2-е изд.). Москва: Искусство.
- Белецкий, А. А. (1973). Семантические корреляции (опыт суммарного обзора на материале лексики современного русского языка). *Математическая лингвистика*, 1, 5-13.
- Блок, А. (1962). О современном состоянии русского символизма. *А. Блок. Собрание сочинений в восьми томах*. (Т. 5, с. 425-436). Москва; Ленинград: Гос. изд-во худ. лит-ры.
- Бубер, М. (1992). Я и Ты. *Квинтэссенция: Философский альманах*, 294-370.
- Воробьева, О. П. (1997). Семантическое пространство художественного текста: интерпретация мира или мир интерпретаций? *Категоризация мира: пространство и время*, Материалы научной конференции. Москва: Диалог-МГУ.
- Гийом, Г. (1992). *Принципы теоретической лингвистики*. Москва: Прогресс.
- Греймас, А. Ж. и Курте, Ж. (1983). Семиотика. Объяснительный словарь теории языка. *Семиотика*. (с. 483-550). Москва: Радуга.
- Еремеев, А. Ф. (1992). От “события” – к “со-бытию”. *М. М. Бахтин: Эстетическое наследие и современность*: Межвуз. сб. науч. тр. (с. 19-107). Саранск: Изд-во СГУ.
- Ильин, И. П. (1983). Теоретические аспекты коммуникативного изучения литературы. (Обзор) *Семиотика. Коммуникация. Стил*. (с. 126-162). Москва: ИНИОН АН СССР.
- Ионесян, Е. Р. (1989). Проблемы эпистемического согласования. *Логический анализ языка. Проблемы интенциональных и прагматических контекстов*. (с. 116-123). Москва: Наука.
- Кагановська, О. М. (2003). *Текстові концепти художньої прози: когнітивна та комунікативна динаміка (на матеріалі французької романістики середини ХХ сторіччя)*. (Дис. докт. філол. наук). Київ.
- Кант, И. (1964). *Собрание сочинений в шести томах* (Т. 1, с. 391-508). Москва: Мысль.
- Кубрякова, Е. С. (1964). Рецензия на книгу Ю. Н. Караулова “Русский язык и языковая личность”. *Вопросы языкознания*, 5, 153-155.
- Кухаренко, В. А. (1988). *Интерпретация текста*. Москва: Просвещение.
- Лейбниц, Г. (1989). Опыт теодицеи о благодати Божией, свободе человека и начале зла. *Г. Лейбниц. Сочинения в четырех томах*. (Т. 4, с. 49-414). Москва: Мысль.
- Макаров, М. Л. (1998). *Интерпретативный анализ дискурса в малой группе*. Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та.

- Пеньковский, А. Б. (1989). О семантической категории “чуждости” в русском языке. *Проблемы структурной лингвистики 1985–1987*. (с. 54–82). Москва: Наука.
- Переверзев, К. А. (1998). Высказывание и ситуация: об онтологическом аспекте философии языка. *Вопросы языкознания*, 5, 24–52.
- Потебня, А. А. (1976). Из лекций по теории словесности. *Эстетика и поэтика*. (с. 464–559). Москва: Искусство.
- Реферовская, Е. А. (1997). *Философия лингвистики Гюстава Гийома. Курс лекций по языкознанию*. Санкт-Петербург: Гуманитарное агентство “Академический проект”.
- Рикер, П. (2000). *Время и рассказ* (Т. 1: Интрига и исторический рассказ). Москва; Санкт-Петербург: ЦГНИИ ИНИОН РАН, Культурная инициатива: Университетская книга.
- Селиванова, Е. А. (2000). *Когнитивная ономазиология*. Киев: Фитосоцицентр.
- Степанов, Ю. С. (1965). *Французская стилистика*. Москва: Высшая школа.
- Степанов, Ю. С. (1994). Пространства и миры – “новый”, “воображаемый”, “ментальный” и прочие. *Философия языка: в границах и вне границ / Международная серия монографий*, 2, 3–18.
- Тураева, З. Я. (1999). Лингвистика текста на исходе второго тысячелетия. *Вісник КЛЛУ. Серія Філологія*, 2(2), 17–25.
- Хинтиikka, Я. (1980). *Логико-эпистемологические исследования. Логика и методология науки*. Москва: Прогресс.
- Bergson, H. (1954). *Matière et mémoire*. P: PUF.
- Bremond, C. (1973). *Logique du récit*. P: Le Seuil.
- Ducrot, O. (1972). *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*. P: Hermann.
- Eco, U. (1992). *Les limites de l'interprétation. Essai: Trad. de l'italien*. P: Bernard Grasset.
- Genette, G. (1994). *L'œuvre de l'art. Immanence et transcendance*. P: Seuil.
- Guillaume, G. (1965). *Temps et verbe. Théorie des aspects, des modes et des temps*. P: Champion.
- Leçons de linguistique de Gustave Guillaume. 1956–1957*. (1982). Quebec; Lille.
- Pascal, B. (1995). *Pensées. Les Provinciales*. P: Booking International, 1995.
- Ricardou, J. (1967). *Problèmes du nouveau roman*. P: Editions du Seuil.
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantic, Culture and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. N.Y.; Oxford: Oxford Univ. Press.

REFERENCES

- Bart, R. (1994). *Semiotika. Poetika: Izbrannyie raboty*. Moskva: Progress – Universus.
- Batalova, T. M. (1981). Assotsiativnyie i konnotativnyie sviazi v khudozhestvennom tekste kak sredstvo sozdaniia obraznosti. *Lingvisticheskie aspekty obraznosti*, 174, 75–82.
- Bakhtin, M. M. (1979). *Problem poetiki Dostoievskogo* (4-e izd.). Moskva: Sovetskij pisatel'.
- Bakhtin, M. M. (1986). Iz predistorii romannogo slova. M.M. Bakhtin. *Literaturno-khudozhestvennyie stat'i* (s. 353–391). Moskva: Khudozhestvennaia literatura.
- Bakhtin, M. M. (1986). *Estetika slovesnogo tvorcestva* (2-e izd.). Moskva: Iskustvo.
- Beletskij, A. A. (1973). Semanticheskie korreliatsii (opyt summarnogo obzora na materiale leksiki sovremennoogo russkogo iazyka). *Matematicheskaia lingvistika*, 1, 5–13.
- Blok, A. (1962). O sovremennoe sostoianii russkogo simvolizma. A. Blok. *Sobranie sochinenij v vos'mi tomakh*. (T. 5, s. 425–436). Moskva; Leningrad: Gos. izd-vo khud. lit-ry.
- Buber, M. (1992). Ya i Ty. *Kvintessentsiia: Filosofskij al'manakh*, (294–370).
- Vorob'eva, O. P. (1997). Semanticheskoie prostranstvo khudozhestvennogo teksta: interpretatsiia myra ili mir interpretatsij? *Kategorizatsiia mira: prostranstvo i vremia, Materialy nauchnoj konferentsii*. Moskva: Dialog-MGU.
- Gijom, H. (1992). *Printsypy teoreticheskoi lingvistiki*. Moskva: Progress.
- Grejmas, A. Zh., Kurte, Zh. (1983). *Semiotika. Ob'iasnitel'nyj slovar' teorii iazyka. Semiotika*. (s. 483–550). Moskva: Raduga.

- Jeremeiev, A. F. (1992). Ot “sobytiia” – k “so-bytiiu”. M. M. Bakhtin: Esteticheskoe nasledie i sovremennost': Mezhevuz. sb. nauch. tr. (s. 19-107). Saransk: Izd-vo MGU.
- Il'in, I. P. (1983). Teoreticheskie aspekty kommunikativnogo izucheniia literatury. (Obzor) Semiotika. Kommunikatsiia. Stil'. (s. 126-162). Moskva: INION AN SSSR.
- Ionesian, Ye. R. (1989). Problemy epistemicheskogo soglasovaniia. Logicheskij analiz iazyka. Problemy intentsional'nykh i pragmaticheskikh kontekstov. (s. 116-123). Moskva: Nauka.
- Kahanovs'ka, O. M. (2003). Tekstovi kontsepty khudozhn'oi prozy: kohnityvna ta komunikatyvna dynamika (na materialii frantsuz'koi romanistyky seredyny KhKh storichchia). (Dys. dokt. filol. nauk). Kyiv.
- Kant, I. (1964). Sobraniie sochinenij v shesti tomakh (T. 1, s. 391-508). Moskva: Mysl'.
- Kubriakova, Ye. S. (1964). Retsenziia na knigu Yu. N. Karaulova “Russkij iazyk i iazykovaia lichnost”. Voprosy iazykoznaviia, 5, 153-155.
- Kukhareenko, V. A. (1988). Interpretatsiia teksta. Moskva: Prosvescheniie.
- Lejbnits, H. (1989). Opyt teoditsei o blagosti Bozhiej, svobodie chelovieka i nachale zla. H. Lejbnits. Sochineniia v chetyrekh tomakh. (T. 4, s. 49-414). Moskva: Mysl'.
- Makarov, M. L. (1998). Interpretativnyj analiz diskursa v maloj gruppe. Tver': Izd-vo Tverskogo gos. un-ta.
- Pen'kovskij, A. B. (1989). O semanticheskoi kategorii “chuzhdosti” v russkom iazyke. Problemy strukturnoj linhvistiki 1985–1987. (s. 54-82). Moskva: Nauka.
- Pereverzev, K. A. (1998). Vyskazyvaniie i situatsiia: ob ontologicheskom aspekte filosofii iazyka. Voprosy iazykoznaviia, 5, 24-52.
- Potebnia, A. A. (1976). Iz lektsij po teorii slovesnosti. Estetika i poetyka. (s. 464-559). Moskva: Iskusstvo.
- Referovskaia, Ye. A. (1997). Filosofii lingvistiki Giustava Gijoma. Kurs lektsyj po iazykoznaviiu. Sankt-Peterburg: Gumanitarnoie agentstvo “Akademicheskij proekt”.
- Riker, P. (2000). Vremia i rasskaz (T. 1: Intriga i istoricheskij rasskaz). Moskva; Sankt-Peterburg: TsGNII INION RAN, Kul'turnaia initsiativa: Universitetskaia kniga.
- Selivanova, Ye. A. (2000). Kognitivnaia onomasiologii. Kiiev: Fitosotsiotsentr.
- Stepanov, Yu. S. (1965). Frantsuzskaia stilistika. Moskva: Vysshiaia shkola.
- Stepanov, Yu. S. (1994). Prostranstva i miry – “novyj”, “voobrazhaiemyj”, “mental'nyj” i prochiie. Filosofii iazyka: v granitsakh _rans granits / Mezhdunarodnaia seriia monografij, 2, 3-18.
- Turaieva, Z. Ya. (1999). Linhvistika teksta na iskhode vtorogo tysiacheletii. Visnyk KLU. Serii Filolohiia, 2(2), 17-25.
- Khintikka, Ya. (1980). Logiko-epistemologicheskie issledovaniia. Logika i metodologii nauki: Moskva: Progress.
- Bergson, H. (1954). *Matière et mémoire*. P: PUF.
- Bremond, C. (1973). *Logique du récit*. P: Le Seuil.
- Ducrot, O. (1972). *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*. P: Hermann.
- Eco, U. (1992). *Les limites de l'interprétation. Essai: Trad. De l'italien*. P: Bernard Grasset.
- Genette, G. (1994). *L'œuvre de l'art. Immanence et transcendance*. P: Seuil.
- Guillaume, G. (1965). *Temps et verbe. Théorie des aspects, des modes et des temps*. P: Champion.
- Leçons de linguistique de Gustave Guillaume. 1956-1957*. (1982). Quebec; Lille.
- Pascal, B. (1995). *Pensées. Les Provinciales*. P: Booking International, 1995.
- Ricardou, J. (1967). *Problèmes du nouveau roman*. P: Editions du Seuil.
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantic, Culture and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. N.Y.; Oxford: Oxford Univ. Press.

Дата надходження до редакції 10.01.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 811.111'42

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ АНАЛІЗУ ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНОГО ДИСКУРСУ: МОВНИЙ АСПЕКТ

КАЧМАР О. Ю.

кандидат філологічних наук, доцент
ДВНЗ “Ужгородський національний університет”
olga.kachmar@uzhnu.edu.ua

Статтю присвячено дослідженню мовного аспекту аналізу психотерапевтичного дискурсу. Сформульовано основні принципи аналізу психотерапевтичного дискурсу, визначено роль взаємозв'язку між картиною світу особистості та її психологічними проблемами в процесі продукування висловлювань. Докладно схарактеризовано комунікацію у психотерапевтичному дискурсі, на основі чого витлумачено її як мовну форму цілеспрямованої соціальної дії.

Унаслідок виконаного аналізу встановлено динаміку мовних засобів реалізації основних принципів аналізу психотерапевтичного дискурсу із залученням опису тактико-стратегічного потенціалу. Виявлено, що семантичний простір мови, об'єктивований у системних одиницях мовної картини світу, та характер комунікації взаємовизначаються типом дискурсу, у якому відбувається комунікація, та структурою мовних особистостей.

Трактування комунікації під час психотерапевтичних бесід засноване на діяльнісному розумінні дискурсу. Така інтерпретація прив'язана до кожної конкретної прагматичної ситуації та ментальних процесів терапевта й клієнта, виражених вербально тактико-стратегічним потенціалом.

У статті також обґрунтовано тезу про те, що замовчування нарівні з вербально вираженими комунікативними стратегіями й тактиками відіграє конститутивну роль в аналізі психотерапевтичного дискурсу, а саме вказує на важливі складники внутрішнього досвіду суб'єкта.

Ключові слова: дискурс, аналіз, принцип, психотерапевтичний дискурс, комунікативна стратегія, тактика.

MAIN PRINCIPLES OF PSYCHOTHERAPEUTIC DISCOURSE ANALYSIS: LINGUISTIC ASPECT

KACHMAR Olha Yuriiivna
PhD in Philology, Associate Professor,
Uzhhorod National University
olga.kachmar@uzhnu.edu.ua

Introduction. The article deals with the linguistic aspect of the basic principles of psychotherapeutic discourse analysis. Research on discourse is one of the priorities in modern linguistics. Integrative processes in science generally are based on the expansionism of anthropocentric linguistics and they contribute to the formation of a cognitive-communicative paradigm of knowledge, where discursive activity is seen in the light of internal mental processes. Psychotherapeutic interaction of both participants in the process – the therapist and the patient – is interpreted as a discursive practice that requires a thorough linguistic analysis to identify the motivational, cognitive and communicative aspects of the speech activity of both participants in the psychotherapeutic session, and that determines the **relevance** of our research.

The **purpose** of the article is to highlight the content and linguistic specificity of the main principles of psychotherapeutic discourse analysis.

The **methodology** for the analysis of psychotherapeutic discourse involves the definition and description of the communicative strategies implemented in the discourse, based on expansionism, anthropocentrism, functionalism and explanatory. The basic principles of

psychotherapeutic discourse analysis do not depend on a specific psychotherapeutic school, since the isolation of tactical and strategic potential is determined by the specificity of psychotherapeutic communication, according to the distribution of communicative roles and positions of the participants in the therapeutic process, their expectations, the dynamics of language initiatives, message sequencing, listening and understatement.

As a **result** of the research, the role of the correlation between the personality's worldview and his psychological problems in the process of production of statements is determined. The communication in psychotherapeutic discourse is described in terms of a linguistic form of purposeful social activity. The article establishes the dynamics of linguistic means for realization of the basic principles of psychotherapeutic discourse analysis with the description of tactical and strategic potential.

Summing up, the author arrives at the following **conclusions**: 1) the semantic space of the language, objectified in the system units of the linguistic worldview, and the nature of communication are mutually determined by the type of discourse within which the communication is carried out, and the structure of language personalities; 2) interpretation of communication during psychotherapeutic sessions is based on considering the discourse as the social interaction. Such an interpretation is tied to each specific pragmatic situation and the mental processes of the therapist and the client, verbalized in tactical and strategic potential; 3) along with verbally expressed communicative strategies and tactics, the revealed understatement plays a constitutive role in the analysis of psychotherapeutic discourse, i.e., it points to the important components of the internal experience of the subject. The patient's speech often includes hushing up that corresponds to deeply displaced layers of the unconscious.

Keywords: discourse analysis, principle, psychotherapeutic discourse, communicative strategy, tactics.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. Дослідження дискурсу є одним із пріоритетних напрямів сучасного мовознавства. Інтегративні процеси в науці загалом засвідчують експансіонізм антропоцентричної лінгвістики й сприяють становленню когнітивно-комунікативної парадигми знань, де дискурсивна діяльність розглядається на тлі внутрішніх ментальних процесів (Кубрякова, 1995 с. 207).

Антропоцентричність лінгвістики, а відповідно й пріоритет фактора людини в мові й мовленні дає підстави трактувати мовну систему та її функцію як інструмент і результат когнітивно-комунікативної діяльності суб'єкта. Актуальним стає дослідження мови в діяльнісному аспекті: з одного боку, роль мови в отриманні, обробці, закріпленні та збереженні знань про світ кваліфікують як продукт когніції, а з іншого – як засіб передання інформації або інструмент впливу на людину (Gumperz, 1982, p. 15; Levy, 1979, pp. 183–210; Tannen, 1993, p. 383-397).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Психотерапевтичну взаємодію обох учасників процесу – психотерапевта та пацієнта – трактують як дискурсивну практику, спираючись на визначення дискурсу як “тексту, поглиненого життям” (Арутюнова, 1998, с. 36). Аналіз психотерапевтичного дискурсу як форма епістемологічної (пізнавальної) практики сформувався в 60-70-ті роки ХХ ст. на межі логіки, лінгвістики, психоаналізу й філософії мови. Дослідники Ж. Лакан, Н.Ф. Каліна, О.Т. Соколова, Н.С. Бурлакова та ін. сформулювали цілу низку принципів аналізу відповідного дискурсу, простежили динаміку внутрішнього діалогу пацієнта й навіть описали процес породження смислів у пацієнта під час лікувальних сеансів (Кириллова, 2010, с. 70–78). Однак тексти діалогів як необхідний елемент психотерапевтичного дискурсу потребують також ретельного лінгвістичного аналізу з метою виявлення мотиваційних, когнітивних та комунікативних аспектів мовленнєвої діяльності обох учасників психотерапевтичного сеансу, що й зумовлює **актуальність** нашого дослідження. З використанням аудіо- і відеотехніки для фіксування терапевтичних сеансів зросли можливості точного й повного сприйняття психотерапевтичного дискурсу, а методологічні апарати психології, семіотики та лінгвістики вдало поєднуються в комплекс засобів для його аналізу (Edmondson, 1981, с. 81).

Мета статті – дослідити основні принципи аналізу психотерапевтичного дискурсу з погляду мовного оформлення.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) визначити роль взаємозв'язку між картиною світу особистості та її психологічними проблемами в процесі продукування висловлювань;
- 2) схарактеризувати комунікацію в психотерапевтичному дискурсі як мовну форму цілеспрямованої соціальної дії;
- 3) з'ясувати динаміку мовних засобів реалізації основних принципів аналізу психотерапевтичного дискурсу із залучення опису тактико-стратегічного потенціалу.

Матеріалом дослідження послуговували автентичні тексти психотерапевтичних сеансів Карла Роджерса з пацієнткою Глорією – 144 висловлювання.

Мета статті зумовила дослідження основних принципів аналізу психотерапевтичного дискурсу з опертям на постулати експансіонізму, антропоцентризму, функціоналізму та експланаторності.

Виклад основного матеріалу. Тактико-стратегічний потенціал відповідного дискурсу визначається метою та завданнями психотерапевтичної допомоги. Аналіз змісту висловлювань клієнта передбачає виокремлення несвідомих основ концептів та картини світу, що породжують психологічні труднощі, а також сприйняття лінгвальних і семантичних механізмів продукування висловлювань, у яких відображені усвідомлені чи неусвідомлені проблеми. Картина світу в нашому розумінні – це динамічна когнітивна структура, глобальне уявлення її автора про світ, отримане внаслідок узагальнення досвіду пізнання. Це водночас і результат, і регулятивний чинник діяльності людини, зокрема й лінгвокомунікативної, у природному та соціальному середовищах. Визначальна роль картини світу в мові й мовленні зумовлена її вагомим впливом на:

- 1) семантичний простір мови, об'єктивований у системних одиницях (мовної картини світу);
- 2) характер комунікації в її рольовому аспекті;
- 3) тип дискурсу, у якому відбувається комунікація;
- 4) структуру мовної особистості.

Картина світу складається з концептів – “квантів знання” (Кубрякова, 2004, с. 90) і моделюється у вигляді різноманітних концептуальних структур.

Психотерапевтичний дискурс як мовна форма цілеспрямованої соціальної дії прив'язаний до конкретної прагматичної ситуації, яка визначає зв'язність, комунікативну адекватність, а також до ментальних процесів терапевта і клієнта, їхніх суб'єктивних стратегій розуміння і відтворення концептів реальності під час комунікації. Комунікація в такому контексті – це цілеспрямована, мотивована, регулятивна семіотична взаємодія, спрямована на встановлення спільних орієнтирів у життєвому просторі на основі загальних смислів – способах і умовах виживання людини. Комунікативна взаємодія забезпечена семантичною сіткою, представленою як єдина система з нейронною мережею мозку, що пронизує психічний досвід людини за принципом семантичних ядер через усвідомлювану та неусвідомлювану динаміку асоціативних зв'язків (Как нарисовать портрет птицы, 2017, с. 10).

За умов конкретного соціально-психологічного контексту процес комунікації співвідноситься з поняттям дискурсу. Єдність когнітивного та комунікативного аспектів дискурсу виражається в дискурсивних стратегіях. Стратегія дискурсу – це вербалізований комунікативний намір мовця, що базується на основі знання про загальноприйняті моделі комунікативної поведінки.

Деякі терапевтичні напрями й підходи мають не лише свої окремі способи оформлення мовленнєвого акту, а й відповідний тезаурус (професійний словник), набір визначальних метафор, конвенціональні норми впливу, імпліцитні уявлення тощо. Основні принципи аналізу психотерапевтичного дискурсу не залежать від конкретної психотерапевтичної школи, оскільки виокремлення тактико-стратегічного потенціалу зумовлене специфікою психотерапевтичного

спілкування, яке визначається розподілом комунікативних ролей і позицій учасників терапевтичного процесу, їхніми очікуваннями, динамікою мовних ініціатив, черговістю мовлення, слухання і мовчання.

До таких принципів належать:

1. Принцип суб'єктності.

Згідно з цим принципом, суб'єктами психотерапевтичного дискурсу можуть бути не тільки терапевт і клієнт, а й група, діада терапевтів. Для терапевта, особливо в аналітичних підходах, дуже важливо з'ясувати, ким насправді є мовна особистість суб'єкта мовлення. У процесі комунікації з пацієнтом психотерапевт з'ясовує основні запитання: "Хто говорить?", "Чому?" і "Навіщо?". Від відповідей на них залежать стратегія і тактика терапевтичного аналізу і навпаки: терапевтичний аналіз моделює мовленнєвий тактико-стратегічний потенціал. Ці процеси завжди є взаємозумовленими, оскільки соціальний статус і конкретні життєві обставини клієнта не завжди достовірно визначають його суб'єктність.

T1 (*Rogers stands as Gloria enters.*) *Good morning.*

C1: *Hello,*

T1 *I'm Dr. Rogers, you must be Gloria. (They shake hands and sit down.)*

C2 *Yes, I am.*

T2 *Won't you have a chair? Now then, we have half an hour together, and I really don't know what we will be able to make of it but uh I hope we can make something of it. I'd be glad to know whatever concerns you. (T: Sitting forward, C: Sitting back, legs crossed, right arm over the back of the chair)*

C3 *Well, right now I'm nervous (T: Mhm) but I feel more comfortable the way you are talking in a low voice and I don't feel like you'll be so harsh on me. But, ah ...*

T3 *I hear the tremor in your voice so I know you are... (C: Smiles)(Roger's Transcripts, Volume 12, Gloria Interview).*

Проілюстрований матеріал послідовно відображає різноманітні організаційні вербальні та невербальні комунікативні ходи, а саме:

1) стратегію створення психологічного комфорту клієнта, що втілена тактикою ввічливості / демонстрації поваги (встав, висловив повагу – цим він подівав і на раціональну, і на емоційну сферу свідомості клієнта, – створив емпатію), тактикою привітання (організаційний вербальний та невербальний – фатичний хід);

2) стратегію створення психологічного комфорту клієнта, що реалізована тактикою щирості: висловлюючи невпевненість, психотерапевт насправді демонструє щирість / усвідомлення складності завдання та скорочує дистанцію між собою і пацієнтом, що засвідчує вживання *we*; не менш важливою є тактика солідаризації (також через вживання *we*): акцентування, що й Глорія є експертом, оскільки це її життя); а також тактика налаштування на позитивний результат (лікар висловлює надію і налаштовує на позитивний результат);

3) стратегію створення психологічного комфорту пацієнтки, яка актуалізована тактикою підвищення її самооцінки шляхом висловлення задоволення від майбутнього спілкування з нею, що підвищує її самооцінку;

4) стратегію накопичення інформації для осмислення проблеми пацієнта і пошуку шляхів її розв'язання, із залученням тактики імпліцитного спонування до наративу. Оскільки трапляється замовчування, замість запитання психотерапевт ініціює наратив клієнта висловленням радості й готовності вислухати його проблему;

5) стратегію встановлення психологічного контакту з терапевтом і тактику опису поточного емоційного стану;

6) стратегію встановлення емоційного контакту з терапевтом через застосування тактики опису позитивної емоційної реакції на терапевта – *But, ah ...* (реакція пацієнта підтверджує комунікативну успішність стратегії терапевта – емпатії досягнуто);

7) стратегію створення психологічного комфорту, яку терапевт кілька разів актуалізує різноманітними тактиками, як, наприклад, тактикою демонстрації усвідомлення емоційного стану пацієнта: пацієнтка замовчує дещо, але усміхається йому – тактика демонстрації позитивної емоційної реакції на терапевта, адже усмішка теж індикатор емоційного стану й наявності контакту.

2. Принцип діалогічності.

Він визначає присутність у терапевтичній ситуації Іншого. Уявлення про Іншого відіграє у психотерапії важливу роль. Так називають і несвідому частину особистості, і певний “негативний ідеал”, який її водночас лякає та приваблює, а також когось іншого, хто говорить і слухає в екзистенційній ситуації “у присутності Іншого”. Інший буває Інакшим або Чужим. Цей момент надзвичайно важливий, адже відображає комунікативне непорозуміння: комуніканти сказав щось, що не мав наміру говорити, а його партнер почув не те, що було вимовлено, або взагалі нічого не почув. Такі явища відображають розкол учасників діалогу. Присутність Іншого є складовою частиною мовлення будь-якого суб’єкта, а такий діалог у психотерапії частіше визначають як протистояння або взаємоспростування, а не взаємодію.

З іншого боку, структура мовлення забезпечує звучання в лінійності мовного ланцюжка ненавмисної поліфонії, через яку і можна виявити сліди несвідомого. Коли пацієнт говорить, він використовує мову і як спосіб створення двозначності, удаючись до полісемії, омонімії, асоціативних значень, літературних тропів (метафори і метонімії), синтаксичних риторичних фігур. У процесі мовної взаємодії завжди є щось додаткове і непрохане, яке вказує на вторгнення в діалог Іншого. Які ж стратегії й тактики актуалізовані в цьому аспекті?

C4 *Uh, well, the main thing I um, want to talk to you about is uh, I'm just newly divorced and uh I had gone in therapy before and I felt comfortable when I left, and all of a sudden now the biggest change is adjusting to my single life. [...] Uh, the biggest thing I want – the thing that keeps coming to my mind I want to tell you about is that I have a daughter, nine, who at one time I felt had a lot of emotional problems. I wish I could stop shaking (T and C: laugh). And uh, I'm real conscious of things affecting her. I don't want her to get upset, I don't want to shock her. I want so bad to- for her to accept me. And we're real open with each other especially about sex. And the other day she saw a girl that was single but pregnant and she asked me all about "can girls get pregnant if they are single?" [...](T:Mhm)*

T4 *And it's this concern about her and the fact that you really aren't – that this open relationship that has existed between you, now you feel it's kind of vanished?*

C5 *Yes. I feel like I have to be on guard about that (T: Mhm) because I remember when I was a little girl, when I first found out my mother and father made love, that was dirty and terrible, and I didn't- I didn't like her any more for awhile. And I don't want to lie to Pammy either and I don't know... (Roger's Transcripts, Volume 12, Gloria Interview).*

У цих репліках психотерапевтичного сеансу відзначаємо:

1) стратегію об’єктивації проблеми, якої досягають застосуванням тактики формулювання проблеми й тактики роз’яснення обставин, що породжують проблему (Глорія експліцитно сама узагальнено сформулювала свою проблему);

2) стратегію встановлення емоційного контакту з терапевтом через тактику опису емоційного стану (пацієнтка перериває наратив коментарем щодо власного психічного стану). У цьому виявляється імпліцитне прохання співчуття. Лікар сміється разом з Глорією, це вказує на те, що невербально реалізована стратегія створення психологічного комфорту, підтримки, емпатії. Дієвими є також тактика пояснення обставин, що породжують проблему, та тактика наративу в розповіді історії, яка має безпосередній стосунок до виникнення проблеми;

3) стратегію накопичення інформації для осмислення проблеми (тактика уточнення) та стратегію об’єктивації проблеми (тактика перефразування), застосовано перефразування проблеми через риторичні фігури з подальшим погоджуванням;

4) стратегію об'єктивації проблеми, актуалізовану тактикою підтвердження думки терапевта та тактикою раціонального обґрунтування – асоціативної та раціональної аргументації проблеми: аргументуючи відповідь, Глорія ще раз вже імпліцитно вербалізує проблему.

3. Принцип ідеологічності.

Поняття *ідеологія* в цьому контексті фігурує як сукупність деяких прихованих ідей, не завжди й не повністю усвідомлюваний вплив яких зумовлює значення висловлювань, що утворюють дискурс. Тут варто визначитися з трактуванням мовного значення крізь призму когніції: значення семантичне й прагматичне не протиставляються, а навпаки – формують єдиний комплекс психічного досвіду. Значення, схоплене знаком, соціально й ситуативно зумовлене й базується на емоційному й тілесному досвіді. Роль мовного знака полягає в активації лексично репрезентованого концепту, що є компонентом семантичної сітки, та в “запуску” інтенціональних / неінтенціональних, усвідомлюваних / неусвідомлюваних інференційних процесів. Ідеї як вторинні ознаки дискурсу розташовуються в просторі конотативної семантики висловів (наявності в них додаткових значень) і мають приховані значення, які мають здатність витіснити очевидні. Урахування конотативних значень сприяє ефективнішому сприйняттю несвідомих ідей (сенси, мотивів) пацієнта.

C13 *Yes (T: Mhm, mhm) and I don't like the ... I would like to feel comfortable with whatever I do. If I choose not to tell Pammy the truth, to feel comfortable that she can handle it, (T: Mhm, Mhm, Mhm) and I don't. I want to be honest, and yet I feel there are some areas that I don't even accept (T: Mhm, Mhm) .*

T13 *And if you can't accept them in yourself, how could you possibly be comfortable in telling them to her?*

C14 *Right.*

T14 *Mhm. Mhm. And yet, as you say, you do have these desires and you do have your feelings, but- but you don't feel good about them (Roger's Transcripts, Volume 12, Gloria Interview).*

У цьому випадку виокремлюється стратегія об'єктивації проблеми з тактикою роз'яснення, із залученням риторичних запитань, що безпосередньо пов'язано з тактикою переформулювання проблеми, а також стратегія об'єктивації проблеми через тактику перефразування.

Комунікативна успішність психотерапевтичного сеансу безпосередньо залежить від уміння лікаря виявляти приховані значення в дискурсі, інакше реалізація стратегії впливу може завершитися невдачею.

4. Принцип інтенціональності базується на розумінні різноманітних інтенцій клієнта. У людській природі закладено багато прагнень і бажань, які не можна задовольнити одночасно. Крім антагонізму окремих прагнень, очевидні й суперечності між свідомими та неусвідомлюваними цінностями та бажаннями. Усе це відображено в мовленнєвих інтенціях клієнта. Як правило, навіть невеликі фрагменти дискурсу можуть містити кілька різних, часто протилежно спрямованих і навіть взаємспростовних намірів та прагнень. Процес витіснення визначає основні суперечності, пов'язані з бажанням клієнта одночасно висловити й приховати важливі обставини його особистого життя.

C5 *Yes. I feel like I have to be on guard about that (T: Mhm) because I remember when I was a little girl, when I first found out my mother and father made love, that was dirty and terrible, and I didn't- I didn't like her any more for awhile. And I don't want to lie to Pammy either and I don't know...*

T5 *I sure wish I could give you the answer as to what you should tell her. (Smiles.)*

C6 *I was afraid you were going to say that (Laughs).*

T6 *Because what you really want is an answer (Roger's Transcripts, Volume 12, Gloria Interview).*

У запропонованих висловлюваннях пацієнт погоджується з перефразуванням проблеми, що об'єктивується в стратегії об'єктивації проблеми через тактику підтвердження думки

терапевта. Аргументуючи відповідь, Глорія ще раз вже імпліцитно вербалізує проблему, хоч застосовано тактику раціонального обґрунтування, тобто раціональної аргументації проблеми. У непевних ситуаціях, коли відчутні взаємоспростування чи невизначеність її прагнень, лікар уміло демонструє невпевненість: він вдається до розігрування непрофесіоналізму задля створення емпатії / комфорту клієнта, що і є стратегією створення психологічного комфорту.

Стратегія побудови емоційного контакту з терапевтом, а також тактика жарту пацієнтки вербально і невербально виражають симпатію та розуміння, а це означає, що тактика психотерапевта успішна. Не менш важливою є стратегія об'єктивації проблеми через тактику роз'яснення: коли Глорія сказала, чого хоче, вона власне сформулювала проблему, а вербалізація ототожнюється з усвідомленням проблеми, це перший крок до її розв'язання.

У процесі аналізу психотерапевтичного дискурсу дифузна кількість висловлювань зводиться до позиційної єдності. Таке перегрупування відповідає певній "точці зародження" дискурсу – позиції суб'єкта, яка визначає те, що він може і повинен сказати. Комплекс дискурсивних формацій загалом визначає життєвий світ і межі мовлення клієнта, він детермінований ядром стійких значень, конфігурація яких і формує основу проблеми клієнта.

Наратив суб'єкта апелює до сукупності значень внутрішнього досвіду, використовуючи формули, що конституюють первинний, уявний дискурс у пам'яті. Це виявляється в ритуалах безперервності – поєднанні значень актуальних висловлювань із минулими й майбутніми обставинами, подіями. Такі ритуали характерні також для процесу структуризації тривалої терапевтичної розмови психоаналітичного характеру. Ритуали безперервності співвідносяться з формами замовчування: те, що не сказано, теж має сенс.

Процес замовчування пов'язаний із боротьбою значень, що не можуть функціонувати водночас. Вилучення деяких із них із мовлення пацієнта породжує семантичні зони (позиції суб'єкта), які він апріорі не може займати, оскільки психологічно вони стають для нього забороненими. Однак, як засвідчують ілюстративні матеріали дослідження, психотерапевт у таких випадках вільно спілкується з цих позицій, спрямовуючи пацієнта у сферу того, про що він намагався мовчати. Отже, замовчування часто відповідає глибоко витісненим пластам несвідомого. Крім нього, буває також локальне замовчування, що співвідноситься з іррелевантними (неістотними, недоречними) обговорюваній проблемі аспектами досвіду, та заміне замовчування, яке виявляється в намаганні вести мову про одне, щоб не виразити інше.

Висновки й перспективи подальших досліджень.

1. Семантичний простір мови, об'єктивований у системних одиницях мовної картини світу, та характер комунікації взаємовизначаються типом дискурсу, у якому відбувається комунікація, та структурою мовних особистостей.

2. Трактування комунікації під час психотерапевтичних сеансів як мовної форми цілеспрямованої соціальної дії ґрунтується на діяльнісному розумінні дискурсу. Така інтерпретація прив'язана до кожної конкретної прагматичної ситуації та ментальних процесів терапевта й клієнта, виражених вербально тактико-стратегічним потенціалом.

3. Дослідження мовного аспекту основних принципів аналізу психотерапевтичного дискурсу засвідчує, що, нарівні з вербально вираженими комунікативними стратегіями й тактиками, виявлене замовчування в аналізі психотерапевтичного дискурсу відіграє конститутивну роль, оскільки вказує на важливі складники внутрішнього досвіду суб'єкта.

Отже, порозуміння в комунікації можливе за умови застосування вмотивованого тактико-стратегічного потенціалу висловлювань учасників дискурсу та фокусування уваги комунікантів на загальному об'єкті (референті). Важливу роль у цьому відіграють асоціативні зв'язки, у дослідженні яких вбачаємо перспективу подальших наукових пошуків.

ЛІТЕРАТУРА

- Арутюнова, Н. Д. (1998). Дискурс. *Языкознание. Большой энциклопедический словарь*. Москва. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка. (2017). Харьков: ХНУ имени В. Н. Каразина.
- Кириллова, Е. И. (2010). *Интен-анализ психотерапевтической речи*. (Дисс. канд. псих. наук). Москва.
- Кубрякова, Е. С. (1995). Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа). *Язык и наука конца 20 века*. Москва.
- Кубрякова, Е.С. (2004). *Язык и знание: на пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира*. Москва.
- Edmondson, W. (1981). *Spoken Discourse: a Model for Analysis*. London, New York.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge.
- Levy, D. (1979). Communicative goals and strategies: between discourse and syntax. *Syntax and semantics*. (V.12. – pp.183–210).
- Tannen, D. (1993). The relativity of linguistic strategies : Rethinking power and solidarity in gender and dominance. *Gender and conversational interaction*. New York.

REFERENCES

- Arutyunova, N. D. (1998). Diskurs. *Yazykoznaneye. Bolshoy entsiklopedicheskiy slovar*. Moskwa. Kak narisovat portret ptitsy: metodologiya kognitivno-kommunikativnogo analiza yazyka. (2017). Kharkov: KhNU imeni V. N. Karazina.
- Kirillova, Ye. I. (2010). *Intent-analiz psikhoterapevticheskoy rechi*. (Diss. cand. psikh. nauk). Moskwa.
- Kubryakova, Ye. S. Evolutsiya lingvisticheskikh idey vo vtoroy polovine XX veka (opyt paradigmalnogo analiza). *Yazyk i nauka kontsa 20 veka*. Moskwa.
- Kubryakova, Ye. S. (2004). *Yazyk I znaniye na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasty rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol yazyka v poznaniyi mira*. Moskwa.
- Edmondson, W. (1981). *Spoken Discourse: a Model for Analysis*. London, New York.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge.
- Levy, D. (1979). Communicative goals and strategies: between discourse and syntax. *Syntax and semantics*. (V.12. – pp.183–210).
- Tannen, D. (1993). The relativity of linguistic strategies : Rethinking power and solidarity in gender and dominance. *Gender and conversational interaction*. New York.

Дата надходження до редакції 16.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 811.133.1

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГІПЕРТЕКСТОВИХ ПОСИЛАНЬ У ФРАНЦУЗЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

КОВАЛЬОВА О. К.

кандидат філологічних наук, доцент
Дніпровський національний університет ім. Олесь Гончара
chelena2076@gmail.com

Досліджено стилістичні особливості гіпертекстових посилань у французькій інтернет-газеті “20 minutes”. Поняття гіпертекстового посилання витлумачено як комп’ютерний і водночас лінгвальний феномен. Гіперпосилання досліджено на трьох рівнях: лексичному, морфологічному та синтаксичному. Доведено, що гіпертекстові посилання інтернет-газети “20 minutes” є цілісними, структурованими, функціонально важливими утвореннями, що взаємодіють з іншими елементами гіпертексту. Установлено, що їхня структура й особливості функціонування відображають поєднання стилістичних особливостей мови ЗМІ та мови Інтернету. З’ясовано, що у творенні й застосуванні гіперпосилань автори спираються на комунікативні стратегії інформування, впливу та оцінки. Для цього вони обирають засоби, спрямовані на встановлення контакту з молодістю аудиторією.

Ключові слова: гіпертекст, гіпертекстове посилання, інтернет-ЗМІ, стилістика.

STYLISTIC FEATURES OF HYPERTEXT LINKS IN FRENCH INTERNET MASS MEDIA

KOVALOVA Olena Kostiantynivna

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Oles Honchar Dnipro National University
chelena2076@gmail.com

Introduction. The paper focuses on the stylistic features of hypertext links in French Internet newspaper “20 minutes”. The notion of a hypertext link is double faced: as a computer and as a linguistic phenomenon. The hypertext link is investigated at three levels: lexical, morphological and syntactic.

Purpose. The paper aims at finding out the hypertext links of Internet newspaper “20 minutes” and analyzing them as integral, structured, harmoniously existing units which interrelate with other elements of the hypertext. A combination of stylistic features of the language of mass media as well as the Internet can be observed in such a unit. The communicative strategies of informing, influencing and evaluating are effectively utilized so as to attract readers' attention. The means which are aimed at establishing contact with young audience are chosen for that purpose.

Methods. The research grounds on stylistic analysis, interpretative analysis, lexicosemantic analysis, and empiric method of classifying the results of investigation.

Results. At lexical level hyperlinks are characterized by widespread usage of the anglicisms, the prevalence of emotionally coloured, colloquial vocabulary and neologisms. At morphological level, numerous initial contractions and shortenings, combinations of the text with various significant images are intrinsic in hyperlinks. At syntactic level the hypertext links are peculiar for nominative, complex asyndetic sentences, isolation of attributes. The usage of elliptical constructions of various kinds has signs of the influence of the Internet language stylistics. Besides, irony takes a significant place among the means of figurative expression. The usage of irony imparts a shade of ironically critical evaluation, especially in the reports that relate to administrative officials and government institutions.

Conclusions. The above-mentioned aspects of hyperlinks create the stylistic features of the language of the Internet. The paper concludes that derivation is considered to be a productive means of the formation of neologisms in the field of internet mass media. The utilization of irony, being a part of the traditional French political satire, helps to achieve the understanding between young generation of readers that is a characteristic feature of special outlook, predetermined by age peculiarities.

Keywords: hypertext, hypertext links, Internet mass media, stylistics, characteristic feature.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. На сьогодні Інтернет вважають “символом доби інформаційного суспільства” (Кузнецова, 2014, с. 107). Електронні ЗМІ стали для сучасної людини одним з основних джерел отримання інформації. В умовах конкуренції на медіаринку набувають вирішального значення не так самі новини, як оперативність та спосіб їх подання. Змагаючись між собою, інтернет-видання відшукують актуальні стилістичні засоби приваблення читачів та максимально використовують можливості технології Web 2.0. Екстралінгвальні, або технологічні, фактори забезпечують такі базові ознаки інтернет-ЗМІ, як мультимедійність, інтерактивність та гіпертекстуальність. Це дає підставу дослідникам констатувати “активізацію реципієнта до рівня повноправного автора” (Бичков, 2003), “розмиття межі між автором і читачем” (Артамонова, 2007, с. 6) та дійти висновку про те, що “Інтернет перетворив засоби масової інформації ... на засоби масової комунікації” (Артамонова, 2007, с. 5).

Гіпертекстуальність істотно розширює можливості інтернет-ЗМІ, адже порівняно з традиційними друкованими носіями нелінійна організація тексту дає читачеві змогу самому обирати послідовність ознайомлення з інформацією. Виходить, що кожен читач, активуючи серію гіперпосилань за власною логікою чи бажанням, щоразу формує новий варіант гіпертексту з індивідуальним змістом. У контексті взаємодії інтернет-видання з читачем гіперпосилання набувають визначальної ролі: від їхнього оформлення, змісту, прагматично-комунікативних настанов залежить, чи зацікавить читача інформація, яку вони пропонують.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відомі численні визначення гіпертексту, що переконливо демонструють роботи сучасних дослідників (Дєдова, 2006; Калмиков, 2009; Стройков, 2009; Лутовінова, 2009; Соболева, 2014; Попов, 2015; Лукіна, Фомичова, 2005). Більшість з названих дослідників вважає, що повноцінне функціонування гіпертексту можливе лише в кіберпросторі. Адже тільки в мережі гіпертекст набуває своїх принципових ознак: дисперсності, нелінійності, безкінечності, мультимедійності, інтерактивності. Роботи О. В. Дєдової (2006, 2008), Р. К. Потапової (2005), С. А. Стройкова (2009), Є. О. Попова (2015), українського дослідника С. Г. Чемеркіна (2009) свідчать про ефективність підходу, який поєднує два погляди на гіпертекст – як комп'ютерну технологію і як об'єкт лінгвістичного аналізу.

Є. О. Попов (2015) акцентує увагу на зв'язності та цілісності гіпертексту: “Гіпертекст – це складне лінгвоінформаційне утворення, існування якого можливе переважно в кіберсередовищі, яке має навігаційний апарат, оформлений через гіперпосилання і “лінки” (як мовні, так і немовні), які актуалізують такі текстові категорії, як зв'язність та цілісність” (с. 171). О. В. Дєдова (2008) дає визначення гіпертексту, актуальне для інтернет-ЗМІ: “Модель організації електронного тексту, яка характеризується специфічною структурованістю і розгалуженою системою програмно підтримуваних внутрішньотекстових і міжтекстових переходів, яка передбачає можливість читачького інтерактивного впливу на послідовність відтворення композиційних одиниць” (с. 11).

Слід зазначити, що при популярності феномену гіпертексту серед сучасних спеціалістів, робіт, присвячених гіпертекстовим посиланням, значно менше. С. Л. Кушнерук (2007), Р. К. Потапова (2005), С. Г. Носовець (2001) пропонують класифікацію гіперпосилань, виходячи з формально-семантичних критеріїв. О. В. Дєдова (2008), А. Р. Утяшев (2015) досліджують

формальні та семантичні аспекти функціонування гіпертексту в інтернет-ЗМІ. Українська дослідниця К. Іванова (2015) розглядає види та функції гіпертекстових зв'язків в інформаційно-аналітичних інтернет-текстах. На думку Є. О. Попова (2015), феномен гіперпосилань досі недостатньо вивчений і потребує окремої уваги (с. 171). Зауваження цілком логічне, якщо врахувати, що гіперпосилання є ключовим елементом гіпертексту, який забезпечує перехід від одного текстового рівня до іншого. С. Г. Чемеркін (2009) слушно відзначає зростання ролі гіперпосилань, їхню “комунікативну та стилістичну вагу” (с. 113).

Визначення гіпертекстового посилання, яке відображало б комп'ютерну й лінгвальну природу цього феномену, можливо, ще попереду. На сьогодні відомі кілька більш-менш узагальнювальних дефініцій. Є. О. Попов (2015) кваліфікує гіперпосилання як “навігаційний апарат гіпертексту” (с. 171). Схожим чином їх трактує Н. Смирнова (2017): “Засоби зв'язку вузлів, які задають потенційні можливості пересування по гіпертексту (навігації)” (с. 410). С. Г. Носовець (2011) вважає гіперпосилання “диференціальною ознакою гіпертексту, яка організує його структуру та забезпечує функціональність – навігацію” (с. 127). О. В. Дедова (2008) визначає гіпертекстові посилання як двокомпонентний комплекс, що складається: 1) з джерела посилання – текстового або графічного зображення на екрані, через активацію якого викликається нове зображення; 2) з об'єкта (призначення) посилання, яким є нове зображення (текст, таблиця, малюнок і т. ін.).

У цій статті гіпертекстові посилання інтерпретуємо як *структурно або графічно виділений елемент тексту, який є вихідною точкою гіпертекстового переходу і який семантично пов'язаний з об'єктом переходу*.

Мета статті – виявити стилістичні особливості гіпертекстових посилань. Матеріалом дослідження обрано інтернет-газету “20 minutes”. Вибір саме цього видання зумовлений такими факторами: по-перше, за популярністю газета входить у першу трійку загальнонаціональних видань Франції; по-друге, вона адресована здебільшого молодій аудиторії, яка не читає традиційної друкованої преси. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) розглянути особливості гіперпосилань на лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях; 2) з'ясувати, які засоби побудови гіпертекстових посилань використано для встановлення контакту з сучасними молодими читачами.

Виклад основного матеріалу. На рівні лексики в гіпертекстових посиланнях функціонують численні запозичення, насамперед англіцизми. Вони мають привабити читача, адже всупереч регуляторній політиці французької влади, спрямованій на обмеження надмірного вживання англізмів, молодь широко ними користується. У гіперпосиланнях наявні давновживані і звичні запозичення – *parking, shopping, look, dress code, foot, rugby, basket, tennis*, а також ті, що стали звичними в повсякденному мовленні молодих французів – *fan, web, post, newsletter*. До запозиченого іменника додається артикль: *le post, le clash, le crash, les snipers*.

Для назви однієї з рубрик ужито дієслово *se coacher*. Таку форму утворено від англійського дієслова *coach* за допомогою додавання закінчення *-er*, яке вводить запозичене слово в дієслівну парадигму французької мови, та частку *se*, яка надає дієслову значення зворотності. Новоутворена лексема набуває значення “тренуватися, готуватися до чогось”. Відповідно рубрику присвячено рекомендаціям фахівців щодо правильної підготовки до занять спортом.

Щодо запозичень з інших мов, то в рубриці *Jeux* ужито назви інтелектуальних ігор японського походження – *takuzu, sudoku, kakuro*.

У “20 minutes”, на відміну від емоційно більш виражених текстів “*Le Monde*” або “*Le Figaro*”, часто спостерігається емоційно забарвлена лексика. Її вживання покликане привернути увагу читача, апелювати до його цікавості або викликати інтерес до сенсацій, спонукати активувати гіперпосилання і прочитати повний текст повідомлення. Саме тому фіксуємо традиційні для мови преси епітети на кшталт *tragique accident, terrible accident, images impressionantes, concert exeptionnel, folle histoire, video écoeurante*.

Бiльшiсть гiперпосилань (за винятком сервісних та рекламних) на головнiй сторiнцi iнтернет-газети виступають своєрiдними анонсами новинних пoviдомлень. Р. А. Утяшев (2015) у дисертацiйнiй роботi, виконанiй пiд керiвництвом О. В. Дєдової, вдало називає такi гiперпосилання електронними хедлайнами. Вiн визначає хедлайн як “висловлювання новинного сайту, представлене у виглядi короткого новинного пoviдомлення, синтаксично самостiйне, яке виконує роль джерела гiпертекстового переходу на сторiнку з повним текстом пoviдомлення” (с. 76). Дослiдник слушно зауважує, що хедлайн не тотожний iз заголовком новинного тексту, оскiльки заголовок разом з повним текстом новини розташовано на iншiй iнтернет-сторiнцi. Хедлайн є “зовнiшнiм об’єктом щодо новинного тексту, тобто належить до iншого текстового простору” (Утяшев, 2015, с. 157). Загалом хедлайни виконують двi функцiї: привернути увагу читача та iнформувати його. А якщо врахувати просторову обмеженiсть для розмiщення хедлайнiв (суто технологiчний фактор), то стає зрозумiлим, що iнформацiя має бути максимально сконцентрована. Вiдповiдно спрощується синтаксична структура речень, якi часто тяжiють до номiнативних конструкцiй, та помiтно зростає iх змiстове наповнення. Тут не може бути “зайвих” елементiв, кожне слово має певне навантаження. Зазвичай хедлайни дають вiдповiдi на ключовi питання, якi мають бути розкритi в пoviдомленнi: хто? що? де? коли? Водночас уживання емоцiйно забарвленої лексики привертає увагу читача.

Для iнтернет-видання “20 minutes” характерним є прийом неповного текстового збiгу хедлайна iз заголовком пoviдомлення. Хедлайн переважно бiльш емоцiйно забарвлений, нiж заголовок. “Les familles des victimes du vol MH17 *furieux* contre les journalistes” (24.12.2017). За допомогою номiнативного речення увагу читача сфокусовано на актантах пoviдомлення – хто (les familles des victimes du vol MH17), проти кого (contre les journalistes). Словосполучення *le vol MH 17* стало для французьких медiа звичним скороченим позначенням рейсу лiтака, який було збито над територiєю України 17.04.14 р. У хедлайнi вжито епiтет *furieux* з високим ступенем негативного емоцiйного забарвлення, але не вказано причини розлюченостi родин загиблих. Активувавши гiперпосилання, читач переходить на сторiнку, де розташоване основне пoviдомлення. I бачить нейтрально забарвлений заголовок: “Vol MH17: Des proches des victimes *dénoncent* le traitement de restes humains découverts” (24.12.2017). Тобто, щоб привернути увагу читачiв, у хедлайнi ефективно використано прийом поєднання емоцiйностi з неповним наданням iнформацiї, iнтригування читача.

Зафiксованi також приклади вживання в хедлайнах розмовної лексики. Її емоцiйна забарвленiсть вносить в анонс елемент оцiнки подiї: “Bazar dans les gares parisiennes, les voyageurs accusent la SNCF de surréservations” (23.12.2017). Iменник *bazar*, запозичений з тюркських мов, мiцно ввiйшов у повсякденний ужиток французiв у його нейтральних значеннях: “критий ринок (у схiдних краiнах)”, “унiверсальний магазин”. У розгляданому ж випадку це слово вжито з розмовним значенням “безлад”, “розгاردiяш”, “колотнеча”. Негативний вiдтiнок змiсту пiдкреслено дiєсловом *accuser* (звинувачувати). Як бачимо, цей хедлайн виконує потрiйну функцiю: пoviдомлення, привертання уваги й оцiнки.

Наявнiсть елементiв розмовного регiстру фахiвцi вважають однiєю з ознак сучасного публiцистичного стилю (Алексєєв, 2010). Вiдхiд вiд жорстких канонiв з домiнуванням нейтральної, офiцiйної суспiльно-полiтичної лексики розглядається як ефективний спiсiб привертання уваги молодi. Можна констатувати вживання розмовної, побутової, а iнодi i зниженої лексики. Останнє можна проiлюструвати за допомогою хедлайна “Bretagne: Sur le marché de Pontivy, le père Noël était *une ordure*” (19.12.2017). У тексті пoviдомлення йдеться про те, що напередоднi Рiздва чоловiк у костюмi Дiда Мороза грубо поводитьсiя з дiтьми i говорить їм огиднi слова. У цьому контекстi iменник *une ordure* набуває вкрай негативного емоцiйного забарвлення, яке поєднується з оцiнкою: сволота, гад, паскуда. Мета – здiйснити вплив на читача, викликавши в нього огиду, зневагу, обурення поведiнкою об’єкта пoviдомлення.

На цьому і подібних прикладах можна помітити тенденцію сьогодення. З більшості ЗМІ читач отримує вже готову оцінку, йому не потрібно витратити зусилля на формування власної. Наявність засобів, спрямованих на пропонування читачеві готових оцінок і суджень, спрощує та прискорює споживання інформації. В епоху цифрових технологій, коли вона поширюється у всі куточки планети майже миттєво, неймовірно зростає її кількість. Відповідно зростає вага фактора оцінки: по-перше, оцінка спрощує сприйняття, по-друге, вона формує в аудиторії певні уявлення залежно від редакційної політики видання. Звичайно, вони стосуються не тільки окремо взятих випадків, а й серйозних глобальних проблем сьогодення. Це дає підставу деяким фахівцям висловлювати думку про те, що сучасний медіапростір все більше стає простором оцінок та суджень, а не простором інформації та її аналізу.

Інший приклад пов'язаний з використанням прямої мови як елемента гіперпосилання: “On s'emmerde au Parlement”, estime le député Gilbert Collard” (22.12.2017). Дієслово *s'emmerder* (подихати від нудьги) відносять до розмовної та зниженої лексики. Привертання уваги реалізується наведенням саме цього висловлювання депутата, у якому вжито ненормативну лексику, адже іронічно-зневажливе ставлення до норми, канону, усталеності властиве частині молодого покоління. Орієнтованість масмедіа на конкретний тип читацької аудиторії зумовлює пошук мовленнєвих засобів, які б трансливали спільні з цією аудиторією ментальні та світоглядні коди. У цьому сенсі гіпертекстові посилання у вигляді хедлайнів є одним з дієвих інструментів.

Можна констатувати інші численні вживання розмовної лексики: *nanar* (барахло, непотріб), *une blague* (жарт, байка, розіграш), *moche* (поганий, огидний, паскудний), *une galère* (складне становище, неприємність, прокол), *un pote* (приятель, кореш). В останньому випадку іменник *un pote* супроводжується незвичним написанням іменника *fan*: “7 cadeaux pour ton / ta pote faaaaaaaaaaan de Macron” (4.12.2017). Незвичне графічне оформлення, по-перше, привертає увагу своїм виглядом і, по-друге, іронічно підкреслює високий ступінь “фанства”, тобто захопленості особистістю президента Французької Республіки. Присвійний прикметник створює ефект близького спілкування, скорочення дистанції між автором і читачем. Зауважимо, що *un pote* вжите автором лише в хедлайні, у заголовку ж використано нейтральний іменник *un ami*: “7 cadeaux pour ton ami faaaaaaaaaaan de Macron”.

Традиційною для стилістики преси вважають велику кількість неологізмів (Морен, Тетеревникова, 1960, с. 119; Алексєєв, 2010, с. 143; Кузнецов, 2017, с. 88). Їх широке використання на сторінках газет сприяє поширенню і в суспільному середовищі, збагаченню та оновленню тим самим словникового складу мови. На думку В. Г. Кузнецова (2017), виникнення неологізмів “зумовлене факторами соціально-прагматичного характеру” (с. 88). До таких факторів він відносить екстралінгвальні – потребу в номінації нових предметів, явищ і внутрішньомовні – тенденцію до уніфікації, системності мовних засобів (с. 89). Кожний період суспільного розвитку диктує появу власних неологізмів. У другій половині ХХ століття до неологізмів відносили *guerre froide*, *conférence au sommet*, *speakerine*. Сучасні інтернет-газети використовують лексику епохи цифрових технологій. У гіпертекстових посиланнях бачимо іменники *cybersécurité*, *cyberattaque*, *cyber-agresseur*, утворені за допомогою префіксації. До форм *sécurité*, *attaque*, *agresseur* додано префікс *cyber-*, який має значення “той, що належить до сфери комп'ютерів та інтернету”.

Продуктивним у сучасній французькій мові (як і в англійській) є префікс *e-*, який також указує на належність конкретного поняття сфері комп'ютерних технологій. На головній сторінці сайту “20 minutes” фіксуємо іменники *e-commerce*, *e-déclaration*, *e-constat*. Неологізми утворені за допомогою суфікса *-iste*, продуктивність якого перевірена часом. Суфікс має значення “бути прибічником чогось або когось”. У минулому столітті преса широко вживала іменники на кшталт *marxiste*, *socialiste*. Зараз можна побачити *djuhadiste* (прибічник боротьби за мусульманську віру), *macroniste* (прибічник президента Макрона). Цікавим фактом є те, що прізвище президента Макрона стало основою для утворення ще кількох неологізмів. У наступному хедлайні можна

побачити таку форму: “Congrès LREM: Pourquoi Lyon est-elle la capitale de la “*Macronie*”?” (22.01.2018). Додавання суфiкса *-ie* до прiзвищ керiвникiв держави в рiзні перiоди зумовлювало появу неологiзмiв *Chiraquie, Hollandie, Sarkozye*, а зараз – *Macronie*. Останнiй неологiзм має iронiчне забарвлення i означає частину територiї краiни, яка є осередком прибiчникiв президента Макрона. Сучасним є також неологiзм *Macronleaks* (або *MacronLeaks*), утворений поєднанням власної назви (у виглядi прiзвища) та iменника *leak*, який в англiйськiй мовi має значення “витiк iнформацiї”. Це алюзiя на вiдоме останнiми роками поняття *Wikileaks* – iнтернет-сайт з документацiєю, яка розкриває прихованi вiд широкого загалу деталi дiяльностi всесвiтньо вiдомих полiтикiв. За такою аналогiєю пiд назвою *Macronleaks* у мережi розміщено матерiали щодо роботи виборчого штабу тодi ще кандидата в президенти Макрона.

Численнiсть i широта функцiонування слiв, утворених за допомогою афiксальної деривацiї, пiдтверджує думку сучасних фахiвцiв про “зростаючу роль деривацiї в розвитку словникового складу та системи французькiй мови” (Алексеев, 2010, с. 108).

Екстралiнгвальнi фактори, пов’язанi з виникненням нових реалiй суспiльно-полiтичного життя, дають поштовх утворенню семантичних неологiзмiв. Так, iменник *la chancelière* вживався в значеннi “дружина канцлера”. Пiсля обрання Ангели Меркель канцлером Нiмеччини *la chancelière* набуває значення “жiнка-канцлер”. Поширення неологiзму *réseaux sociaux* спричинене виникненням соцiальних мереж.

На лексичному рiвнi автори гiпертекстових посилань часто вживають англiзми (i меншою мiрою запозичення з iнших мов), емоцiйно забарвленi епiтети, лексику розмовно-побутового та зниженого стилю, неологiзми. Слiд зазначити, що поряд з цими засобами функцiонує лексика, що традицiйно становить ядро публiцистичного стилю, зокрема нейтральна суспiльно-полiтична лексика, власнi назви (топонiми, антропонiми, назви iнституцiй).

Однiєю з характеристик мови Iнтернету сучасний дослідник А. Овербек (A. Overbeck) вважає велику кiлькiсть рiзноманiтних абревіатур (Овербек, 2014, с. 276), адже необхiднiсть економiї простору диктує економiю мовних засобiв. На морфологiчному рiвнi гiпертекстовим посиланням властиве широке вживання iнiцiальних скорочень (*sigles*) i усiчень (*truncations*). Зазвичай iнiцiальнi скорочення гiперпосилань є загальноживаними: SNCF (*Société Nationale de Chemins de Fer*), NY (*New York*), SMIC (*Salaire minimum interprofessionnel de croissance*), SDF (*Sans domicile fixe*) i т. iн. Є новостворенi абревіатури, такi, як LREM з варіантами LaREM, REM, LRM (*La République en marche*), що називають полiтичну партiю, створену президентом Макроном у 2016 р.

Властивi для мови Iнтернету також поєднання слiв зi знаками. Посилання *+d’articles* пропонує бiльше найактуальнiших статей. Знак + замiнює прислiвник *plus* для економiї простору та привертання уваги. За таким же принципом побудовано гiперпосилання *les +lus* (читають), *les +commentūs* (коментують), *les +partagūs* (дiляться).

Поширенi також усiчення, властивi мовi ЗМІ, мовi Iнтернету, розмовнiй мовi. Здебiльшого це апокопи: *info, déco, ado, foot, actu, kiné, manif, récap’ (récapitulatif)*.

Отже, на рiвнi морфологiї iнiцiальнi скорочення, поєднання слiв зi знаками, усiчення виступають продуктивними засобами економiї простору та привертання уваги. Уживання часових форм лишається достатньо стабiльним i традицiйним для мови преси в її класичному варіантi. Актуальнiсть змiсту виражається вибором часiв, значення яких фiксує зв’язок з теперiшнiстю: *présent, futur proche, futur simple, passé composé*, пасивнi форми названих часiв. Iнодi можна бачити *conditionnel présent* у повiдомленнях, достовiрнiсть яких є сумнiвною.

Синтаксична побудова гiперпосилань зумовлена їх специфiкою як елементiв, що скеровують читача до необхiдної iнформацiї. Семантичним ядром скерування може виступати окреме слово, наприклад назва рубрики iнтернет-газети (*politique, société, monde etc.*). Внутрiшньотекстовим посиланням може бути i слово, i словосполучення або частина речення, залежно вiд семантичного зв’язку посилання з текстом повiдомлення.

Для нашого дослідження становлять інтерес саме речення з потужними виражальними можливостями. Їх уживання зумовлене трьома основними тенденціями мови інтернет-ЗМІ: привернути увагу, передати всі інформаційно значущі компоненти й зробити це лаконічно. Дуже зручними в цьому сенсі є розповідні номінативні речення. “Trois échouages de dauphins en moins de 24 heures dans le Var” (26.01.2018). “Intronisation médiatique ce jeudi soir pour Laurent Wauquiez” (25.01.2018). “Carles Puigdemont officiellement candidat à la présidence de la région” (22.10.2018).

Уживаються також складні безсполучникові речення: “Ukraine: Un dépôt de munitions en feu, 30.000 personnes évacuées” (27.09.2017). Такий тип речень імітує телеграфний стиль заголовків класичної друкованої преси. Поширений він і в мові інтернет-ЗМІ. Інформацію передано максимально концентровано: читач одразу дізнається, що саме трапилося, де, з якими наслідками. Вираз *en feu* надає повідомленню яскравої образності, числівник створює сенсаційний характер повідомлення. Часто складні безсполучникові речення використовують для повідомлення про катастрофи, катаклізми, стихійні лиха та інші подібні події. Прості речення як компоненти складних безсполучникових речень можуть бути односкладними номінативними (як у попередньому прикладі) і двоскладними. “Un bus fonce dans la foule à Moscou, la thèse de l'accident est privilégiée” (25.12.2017).

Речення з порушенням традиційного порядку слів неодмінно привертають увагу. До таких речень належать хедлайни з відокремленими означеннями: “*Critiquée*, la chanteuse Lorde annule un concert à Tel-Aviv” (25.12.2017). У початкову позицію винесено головний компонент повідомлення – дієприкметник *critiquée*. У цій позиції він указує на причину події, про яку йдеться в наступній частині речення: співачка скасувала виступ через критику на свою адресу. Поширені також відокремлені обставини, зокрема обставини місця: “Coïncé dans la cheminée, le cambrioleur est obligé d'appeler la police” (18.12.2017).

Спеціалісти констатують зближення публіцистичного стилю з розмовним не тільки на лексичному, а й на синтаксичному рівні (Кузнецов, 2017, с. 104). В інтернет-пресі ця тенденція набирає обертів. Одна з рубрик має назву: “T’as vu?” Усічення займенника є типовим для розмовної мови. З метою мовної економії використано еліipsis: “Djokovic *pas sûr* de reprendre à l'Open d'Australie” (29.12.2017). Опущення дієслова разом із заперечним прислівником також притаманне розмовній мові. Як різновид еліipsis в хедлайнах функціонує паратак西斯, за якого видаленню підлягає артикль або прийменник. Яскравим прикладом паратак西斯у є такий хедлайн: “Quand les Stentors parlent cadeaux moches, espace et chaussettes” (23.12.2017).

Отже, синтаксису гіпертекстових посилань властиві односкладні номінативні або двоскладні речення, імітація телеграфного стилю за допомогою складних безсполучникових речень, відокремлення означень, використання різноманітних еліптичних конструкцій, що наближає стиль гіперпосилань до розмовного.

Для встановлення емоційного контакту з читачем, для залучення його до кола постійних відвідувачів автори гіперпосилань застосовують засоби образної виразності – метонімію, метафору й особливо іронію. Метонімія має достатньо традиційний характер, як-от: “Paris et Berlin appellent au respect du cessez-le-feu en Ukraine” (28.08.2017). За принципом метонімії вжито іменник *Internet*, який міцно входить у повсякденний обіг: “*Internet* mobilisé pour retrouver un chien guide d'aveugle disparu” (29.12.2017). Іменником *Internet* позначено користувачів усесвітньої мережі. Метонімічне перенесення, яке надає неістоті певних ознак істоти, наявне також у гіперпосиланні “Qui sont les plus grosses *fortunes* mondiales?” (28.12.2017). Іменником *fortunes* названо людей, які володіють найбільшими статками.

Уживання метафоричних образів притаманне гіпертекстовим посиланням меншою мірою. Метафори не є поширеними, крім того, вони належать до так званих метафор зі стертою образністю, як, наприклад, “vague de froid”. Зрідка трапляються яскраві метафори, як-от:

“Comment Emmanuel Macron veut *dépoussiérer le rituel* des vœux présidentiels” (28.12.2017). У словосполученні *dépoussiérer le rituel* дієслово має переносне значення – “оновити, освіжити”. Його образність пов’язана зі значенням “вибити пил”, тобто змінити щось застаріле, настільки давнє, що вкрилося пилом. Пил утілює образ чогось незмінного, чого ніхто не торкався довгий час і тому воно може стати взагалі непотрібним. У виборі саме дієслова *dépoussiérer* (а не нейтрального *changer*; наприклад) відчутне іронічне ставлення автора цього гiперпосилання до узвичаєної традиції президентського вітання з Новим роком.

Іронія створюється й кількома іншими засобами, наприклад, за допомогою антитези. “*Gares bondées, trains surchargés... Mais rien d’anormal, selon la SNCF*” (24.12.2017). Іронічний ефект виникає з протиставлення реального стану справ – переповнених вокзалів та потягів – і твердження перевізника, згідно з яким, усе гаразд. Водночас до іронії додається негативно забарвлений емоційний відтінок. При прочитанні тексту повідомлення за другою частиною речення відкривається засудження небажання транспортної компанії визнати складність ситуації і той факт, що вона недостатньо оперативна та ефективно реагує на проблему.

Іронія реалізується завдяки грі слів: “*Les drôles de comptes du ministre des Comptes publics, Gérald Darmanin*” (20.12.2017). Автор гiперпосилання натякає на дивне походження банківських рахунків (*comptes*) міністра бюджету та державних рахунків (*Comptes publics*) – посадової особи, статки якої мають бути вдвічі більш прозорими від інших посадовців, оскільки їй довірено управління рахунками держави. Зауважимо, що іронічного ефекту досягнуто також еліптичною формою *ministre des Comptes publics*, адже повна назва відповідного міністерства – *Ministère de l’Action et des Comptes publics*.

Іронія може бути реалізована через алюзію, як, наприклад, у хедлайні: “*Trump or not trump ces phrases?*” (20.01.2018). Інтертекстуальна алюзія, у цьому випадку її різновид – інтерполяція, відсилає до шекспірівського “*To be or not to be?*”. Дієслово *trump* обрано як суголосне з прізвищем американського президента – особи, на яку сучасна преса звертає багато уваги не тільки з політичних міркувань, а й великою мірою через його епатажні вчинки та висловлювання. Хедлайн може бути перекладено як “*Перевершити або не перевершити?*”. Активувавши його, читач бачить заголовок: “*Un an de Trump à la Maison Blanche : Saurez-vous reconnaître ses punchlines?*”. Основний текст статті наводить найбільш резонансні та провокативні висловлювання Дональда Трампа, які були в центрі медійної уваги протягом року. Іронія полягає в тому, що наприкінці статті автор повідомляє, що у французькій політиці є не менш “здібні” особи, здатні скласти Трампові конкуренцію на полі епатажності. Чи зможуть вони перевершити Трампа – це справа часу, іронічно зауважує автор.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Отже, гiпертекстові посилання інтернет-газети “20 minutes” є цілісними, структурованими, функціонально важливими компонентами, що взаємодіють з іншими елементами гiпертексту. Гiпертекстові посилання поєднують стилістичні особливості мови ЗМІ та мови Інтернету. Вони реалізують актуальні комунікативні стратегії інформування, впливу й оцінки.

На лексичному рівні специфіка гiперпосилань виявляється в широкому уживанні англiзмів, емоційно забарвленої, просторічно-розмовної лексики та неологізмів. Для утворення неологізмів здебільшого використовують афіксацію.

На рівні морфології знаковими для гiперпосилань є численні ініціальні скорочення та усічення, поєднання тексту зі знаковими зображеннями. Ці особливості гiперпосилань відповідають стилістиці мови Інтернету.

На синтаксичному рівні гiпертекстовим посиланням властиві односкладні номінативні, складні безсполучникові речення, відокремлення означень.

Серед засобів образної виразності домінує іронія, що надає відтінку іронічно-критичної оцінки, особливо в повідомленнях, які стосуються посадових осіб та державних установ.

Застосування іронії, як частини традиції французької політичної сатири, має на меті знаходження спільної мови з молодим поколінням читачів, якому внаслідок вікових особливостей притаманний саме такий світогляд.

Гіпертекстові посилання є самостійним феноменом, який потребує подальшої уваги дослідників. Дефініція гіперпосилання як одночасно лінгвального і комп'ютерного явища, критерії можливих класифікацій гіперпосилань, їхні прагматичні та когнітивні особливості – напрямки, які видаються перспективними для майбутніх розвідок.

ЛІТЕРАТУРА

- Артамонова, І. М. (2007). Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі). *Вісник СумДУ. Серія Філологія*, 2, 5-9.
- Алексєєв, А. Я. (2010). *Нариси з контрастивної стилістики французької мови. (Навчальний посібник для факультетів іноземних мов університетів)*. Вінниця: Нова книга.
- Бычков, В. В. *Гипертекст. Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века*. Взято з https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/
- Дедова, О. В. (2006). *Лингвосемиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного интернета)*. (Автореферат дис. докт. филол. наук). Москва.
- Дедова, О. В. (2008). *Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете*. Москва: МАКС Пресс.
- Иванова, К. (2015). Функции гипертекстовых связей в информационно-аналитических интернет-текстах. *Cuadernos de Rusnstica Espacola*, 11, 53-60.
- Калмыков, А. А. (2009). *Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ*. Москва: Академия медиаиндустрии.
- Кузнецов, В. Г. (2017). *Функциональные стили современного французского языка: Публицистический и научный*. Москва: Книжный дом "Либроком".
- Кузнецова, М. О. (2014). Гіпертекстуальність як іманентна характеристика вторинного дискурсу англomовних текстів сучасної маскультури. *Нова філологія*, 66, 107-110.
- Кушнерук, С. Л. (2007). Расширение коммуникативного пространства: специфика текстов электронных СМИ в сравнении с печатными. *Политическая лингвистика*, 3(23), 140-143.
- Лукина, М. М., Фомичева, И. Д. (2005). *СМИ в пространстве интернета*. Москва: Факультет журналистики МГУ.
- Лутвинова, О. В. (2009). Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. Взято з <https://cyberleninka.ru/article/n/gipertekst-ponyatie-osnovnye-harakteristiki-vozmozhnye-podhody-k-lingvisticheskomu-analizu>
- Морен, М. К. и Тетеревникова, Н. Н. (1960). *Стилистика современного французского языка*. Москва: Издательство литературы на иностранных языках.
- Носовец, С. Г. (2011). Гипертекстовые ссылки в интернет-СМИ: опыт типологической характеристики. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, 17(232), 127-131.
- Попов, Е. А. (2015). Подходы к изучению гипертекста. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*. Взято з <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-izucheniyu-giperteksta>
- Потапова, Р. К. (2005). *Новые информационные технологии и лингвистика*. Москва: КомКнига.
- Соболева, О. В. (2014). К проблеме определения понятия "гипертекстуальность". *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, 7(336), 72-75.
- Смирнова, Н. *Стилистические особенности представления события в интернет-СМИ*. Взято з <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/168958/1/408-414.pdf>

- Стройков, С. А. *Изучение гипертекста и гипертекстуальности в контексте современной лингвистики*. Взято з <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-giperteksta-i-gipertekstualnosti-v-kontekste-sovremennoy-lingvistiki>
- Утяшев, А. Р. (2015). *Формальные и семантические аспекты гипертекстуальности новостных сообщений в Рунете*. (Дис. канд. филол. наук). Москва.
- Чемеркин, С. Г. (2009). Репрезентативність гiпертексту у функціонально-стильових рiзновидах української мови в Інтернеті. *Актуальні проблеми української лiнгвiстики: теорiя i практика*, 19, 111–116.
- Overbeck, Anja. (2015). La communication dans les médias électroniques. *Manuel de linguistique française*. (P. 275-292). Berlin/Boston: Claudia Polzin-Haumann et Wolfgang Schweickard.

REFERENCES

- Artamonova, I. M. (2007). Internet yak spetsyfichnyy typ mas-mediynoho tekstu (na materialakh ukrayinskoho sektoru merezhi). *Visnyk SumDU. Seriya Filolohiya*, 2, 5-9.
- Alyeksyeyev, A. Ya. (2010). *Narysy z kontrastyvnoyi stylistyky frantsuz'koyi movy. (Navchal'nyy posibnyk dlya fakul'tetiv inozemnykh mov universytetiv)*. Vinnytsya: Nova knyha.
- Bychkov, V.V. Gipertekst. *Leksikon nonklassiki. Khudozhestvenno-esteticheskaya kul'tura XX veka*. Vzyato z https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/
- Dedova, O. V. (2006). *Lingvosemioticheskiy analiz elektronnoho giperteksta (na materiale russkoyazychnogo interneta)*. (Avtoreferat dis. dokt. filol. nauk). Moskva.
- Dedova, O. V. (2008). *Teoriya giperteksta i gipertekstovyye praktiki v Runete*. Moskva: MAKSS Press.
- Ivanova, K. (2015). Funktsii gipertekstovyykh svyazey v informatsionno-analiticheskikh internet-tekstakh. *Cuadernos de Rusistica Espacola*, 11, 53-60.
- Kalmykov, A. A. (2009). *Interaktivnaya gipertekstovaya zhurnalistika v sisteme otechestvennykh SMI*. Moskva: Akademiya mediaindustrii.
- Kuznetsov, V. G. (2017). *Funktsional'nyye stili sovremennogo frantsuzskogo yazyka: Publitsisticheskiy i nauchnyy*. Moskva: Knizhnyy dom "Librokom".
- Kuznetsova, M. O. (2014). Gipertekstual'nist? yak imanentna kharakterystyka vtorynnoho dyskursu anhlomovnykh tekstiv suchasnoyi maskul'tury. *Nova filolohiya*, 66, 107-110.
- Kushneruk, S. L. (2007). Rasshireniye kommunikativnogo prostranstva: spetsifika tekstov elektronnykh SMI v sravnenii s pechatnymi. *Politicheskaya lingvistika*, 3(23), 140-143.
- Lukina, M. M., Fomicheva, I. D. (2005). *SMI v prostranstve interneta*. Moskva: Fakul'tet zhurnalistiki MGU.
- Lutovinova, O. V. (2009). Gipertekst: ponyatiye, osnovnyye kharakteristiki, vozmozhnyye podkhody k lingvisticheskomu analizu. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. Vzyato z <https://cyberleninka.ru/article/n/gipertekst-ponyatie-osnovnye-kharakteristiki-vozmozhnye-podhody-k-lingvisticheskomu-analizu>
- Moren, M. K. i Terevnikova, N. N. (1960). *Stilistika sovremennogo frantsuzskogo yazyka*. Moskva: Izdatel'stvo literatury na inostrannykh yazykakh.
- Nosovets, S. G. (2011). Gipertekstovyye ssylki v internet-SMI: opyt tipologicheskoy kharakteristiki. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedeniye*, 17(232), 127-131.
- Popov, Ye. A. (2015). Podkhody k izucheniyu giperteksta. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*. Vzyato z <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-izucheniyu-giperteksta>
- Potapova, R. K. (2005). *Novyye informatsionnyye tekhnologii i lingvistika*. Moskva: KomKniga.
- Soboleva, O. V. (2014). K probleme opredeleniya ponyatiya "gipertekstual'nost". *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedeniye*, 7(336), 72-75.

- Smirnova, N. *Stilisticheskiye osobennosti predstavleniya sobytiya v internet-SMI*. Vzyato z <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/168958/1/408-414.pdf>
- Stroykov, S. A. *Izucheniye giperteksta i gipertekstual'nosti v kontekste sovremennoy lingvistiki*. Vzyato z <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-giperteksta-i-gipertekstualnosti-v-kontekste-sovremennoy-lingvistiki>
- Utyashev, A. R. (2015). *Formal'nyye i semanticheskiye aspekty gipertekstual'nosti novostnykh soobshcheniy v Runete*. (Dis. kand. filol. nauk). Moskva.
- Chemerkina, S. H. (2009). Rerezentatyvnist' hipertekstu u funktsional'no-styl'ovykh riznovydakh ukrayins'koy movy v Interneti. *Aktual'ni problemy ukrayins'koy linhvistyky: teoriya i praktyka*, 19, 111-116.
- Overbeck, Anja. (2015). La communication dans les médias électroniques. *Manuel de linguistique française*. (P. 275–292). Berlin/Boston: Claudia Polzin-Haumann et Wolfgang Schweickard .

*Дата надходження до редакції 12.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

УДК 81'42 : 159.942.3] : 81 : 930.85 (100)] (477.75 – 074)(045)

ГУМОРИСТИЧНИЙ ІНТРАДИСКУРС МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ОКУПОВАНОГО КРИМУ

КОРОБКА Г. О.

кандидат філософських наук, доцент
Харківська державна академія культури
galynak@ukr.net

З порушенням територіальної цілісності України в мові з'явилися нові слова, вирази, характерні для періоду анексії-окупації Криму. Лексичні новотвори функціонують у рамках гумористичного інтрадискурсу та виконують одну з найважливіших функцій у сучасній сміховій культурі українців – висміювання опонента через жартівливу невідповідність загальноприйнятих норм. Проаналізовано варіант новоформи “Кримнаша”, який сформувався з початку анексії на півострові – стилі мислення, знівченого політикою і пропагандою, у якому реальність доведена до абсурду. Дослідження дало змогу краще зрозуміти механізм основних мовних патернів (набір стереотипних фраз, висловлювань або назв, прийнятих у певній культурі або середовищі) мислення adeptів “Кримнаша”, що увійшли в мовну картину світу окупованого Криму. Особливу увагу звернено на коментарі й дописи українського блогера, який живе в Криму і під ніком КРИМський бандерівець веде російськомовний інформаційно-сатиричний щоденник “Новости Крымнаша”. На основі прикладів з дайджесту КРИМського бандерівця показано строкагу іронічно-саркастичну картину світу.

Ключові слова: гумористичний інтрадискурс, гумор, мовна картина світу, гра слів, неологізм, патерн, Кримнаш.

THE HUMOROUS INTRADISOURSE OF THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD OF THE OCCUPIED CRIMEA

KOROBKA Halyna Olexandrivna,
Candidate of Philosophical Science (PhD), Assistant Professor
Kharkiv State Academy of Culture
galynak@ukr.net

Introduction. The Crimea is the most remarkable example of the events of the recent years, where a language breakdown was caused by the violation of the geographical boundary. In contravention of the territorial integrity of Ukraine, new words, expressions specific to the period of the annexation-occupation of the Crimea appeared in the language. Lexical neologisms function as part of the humorous intradiscourse and perform one of the most important functions in the modern Ukrainian culture of laughter – having in derision an opponent through the humorous incongruity of the generally accepted rules.

Purpose. The aim of the paper is to examine certain lexical innovations, language patterns, as well as Internet memes, in the linguistic picture of the world of the occupied Crimea through the laughter world perception of reality.

Methods. During the study, the method of contextual interpretation analysis, as well as the method of direct observation of the material, followed by the generalization of the obtained results, was used. This approach made it possible to build linguistic units in the context of discourse analysis and enabled to identify new approaches to the “laughter communication” study from the standpoint of its effectiveness, based on the analysis of verbal and nonverbal communication factors that create a humorous effect and function within the framework of humorous intradiscourse.

Results. Evaluative factor is determining for the linguistic picture of the world, as it reproduces the peculiarities of the world perception paradigm of speakers, i.e., a certain “world picture”. The study has enabled a better understanding of the mechanism of the main language

patterns (a set of stock phrases, statements or naming units adopted in a particular culture or environment) of the “Krymnash” adherents’ mentality included in the linguistic world view of the occupied Crimea. The list of the main language patterns is systematized and summarized. The paper presents an attempt to interpret part of the most important linguistic mechanisms that promoted the active spreading of the ideas of the Crimean occupation followers and influenced the public opinion and belief system; in particular, to render them through the humorous intradiscourse with comic interpretations. Extensive coverage is given to comments and posts of a Ukrainian blogger who lives in the Crimea and keeps the Russian-language information and satirical diary “Novosti Krymnasha” (“The Krymnash News”) under the nickname of the CRIMEAN Banderite. The author reveals the ironic and sarcastic world picture of the diary.

Conclusion. The author concludes that lexical innovations, language patterns as well as Internet memes, created in the occupied Crimea and caused by the annexation of the peninsula, have a humorous effect in the linguistic picture of the world of Ukrainians and Ukrainian-centered inhabitants of the occupied Crimea through the laughter world perception of reality.

Keywords: humorous intradiscourse, humour, linguistic picture of the world, word-play, neologisms, pattern, Krymnash.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв’язання. З початку відновлення незалежності у 1991 році Російська Федерація веде постійну цілеспрямовану інформаційну війну проти України: необ’єктивність, маніпуляції, перекручування фактів, відверті неприховані дезінформації й інсинуації та ін. Задля здійснення інформаційного опору важливо висвітлювати маніпулятивні мовні засоби, за допомогою яких російська пропаганда фальшує реальність, створюючи хибну картину світу, що безпосередньо позначається на мовній картині світу окупованого Криму.

Мова відіграє важливу роль у тому, як суспільство сприймає реальність і реагує на неї, особливо якщо воно перебуває в умовах окупації географічного, інформаційного, мовного та психологічного просторів. Відомий російський філософ, лінгвіст, культуролог і літературознавець Михайло Епштейн, який виступив з осудом російської збройної агресії проти України, зазначив, що Крим – найяскравіший приклад подій останніх років, де відбувся мовний злам через порушення географічного кордону (Туркова, 19 березня, 2016). Якщо перефразувати відомий вислів, то загальну тенденцію можна сформулювати так: хто в “російському” Криму живе, той в цирку не сміється, а “Кримнаш” став живим утіленням сюжетів геніального Джорджа Оруелла та уособленням свого варіанта новомови, який сформувався з початку анексії на півострові – стилю мислення, знівченого політикою і пропагандою, у якому реальність доведена до абсурду. Незважаючи на зовнішню комічність, ситуація складніша й сумніша, ніж це може здатися на перший погляд. Леонідас Донскіс (2015) зауважує, що “політичний перформанс Путіна багато в чому відображає новий і зловісний феномен ХХІ століття – втрату відчуття реальності”. Унаслідок розчинення реальності твориться інша реальність із розв’язуванням війн і вторгненням “у слабкі й незахищені країни або сіючи хаос деінде: усе це для того, щоб згодом позиціонувати себе як потугу, здатну повернути наші нібито втрачені мир і стабільність. Таким чином режим Путіна **розважає і веселить свій народ** (моє виділення – Г.К.), бо електорат прагне нового захопливого й напруженого трилера: реальної війни в Україні чи гібридної на Близькому Сході. Що ми дізналися завдяки вторгненню Росії на Схід України вкупі з окупацією та анексією Криму? Ми побачили, як легко зазомбувати майже весь російський народ, перетворивши його на колективного глядача теледурниць. Путін став убивцею-блязнем або злочинцем-шоуменом, що поєднав фанатизм, утрату відчуття реальності й любов споживачького суспільства до новинок, матеріальних цінностей і масових розваг в одній виставі” (Донскіс, 2015, с. 50).

Під час смертельної небезпеки і при відчутті втрати свободи людині властиво сміятися і жартувати, оскільки гумор і сміх досягають найвищої точки активності. Люди сміються над ворогом-окупантом, щоб подолати біль утрат у собі й одночасно отримати розрядку нервів

при нестерпній напрузі тривожних днів. Висміювання агресора-ворога роззброює його. Адже, як висловився Микола Гоголь, людського сміху боїться кожен, навіть той, хто вже нічого не боїться. Вірогідно, тільки цим аспектом природи смішного можна пояснити спалахи гумору в гострих і кризових ситуаціях. Цитата О. П. Довженка – українського письменника та кінорежисера – “Тільки сміхом можна беззлотно знищити зло” допомагає якнайточніше охарактеризувати особливу рису української нації, що ґрунтується на неповторному почутті гумору, своєрідністю словесної культури – її сміхотливість. Українець не тільки висміює очевидні вади країни-агресора, але й сміється з себе самого, здатен до самоіронії. Коли, наприклад, росіянин сміється з інших націй і національностей, то він сміється з когось – це можна назвати компенсацією власних комплексів. А якщо людина сміється з себе, то вона нормальна, адекватна й здорова, без комплексів. Цей гумор не деструктивний, а конструктивний, він дає енергію і поле для розвитку мовної картини світу, яка, у свою чергу, створює специфічне забарвлення реального світу. Ірина Коротич (Коротыч, 2016) зазначає, що люди під час буремних подій 2013–2014 сміялися із спотвореного і перекрученого висвітлення подій на Майдані з боку російських ЗМІ. Наводимо цитату мовою оригіналу задля збереження емоційно-забарвленої стилістики авторки: “Изначально всё освещение событий на Майдане со стороны российских СМИ было чудовищно перевернуто. Нам, бывшим тут, было немыслимо видеть то, что транслируется там. Там не просто белое называли чёрным и наоборот – там создавали некую альтернативную реальность – с еврейскими погромами, фашиствующими молодчиками, запретом русского языка, разгромленным и сожжённым, погружённым в хаос Киевом. Надо всем этим мы, расчищая снег на Майдане, в аккурат возле работающего без помех ювелирного бутика, смеялись. Помните, как мы смеялись? (моє виділення – Г.К.) Тут же очень технично российские СМИ, а также ольгинцы (проплачені кремлівські тролі – прим. моя – Г.К.) и примкнувшие к ним добровольцы начали нагнетать тему: “революция = гражданская война”. **Мы, помнится, хохотали:** (моє виділення – Г.К.) какая война, вы о чём, болезные, кто с кем будет воевать? **Мы хохотали,** (моє виділення – Г.К.) зная, что никто, ни один человек в стране не пойдёт воевать за Януковича. **Мы хохотали,** (моє виділення – Г.К.) твёрдо зная, что никаких фашистов на Майдане нет, что националисты занимают предписанные им природой в любом обществе несколько процентов и никогда не будут править бал в стране под названием Украина. **Хохотали русскоязычные мы,** (моє виділення – Г.К.) зная, что ничто и никогда не угрожало тут нашей русскоязычности, и не будет угрожать. Во всём этом мы были правы” (Коротыч, 2016).

Метою статті є відстеження певних лексичних новотворів, мовних патернів, а також інтернет-мемів, що формують мовну картину світу окупованого Криму через сміхове світосприйняття дійсності.

У дослідженні використано метод контекстуального інтерпретаційного аналізу, а також метод безпосереднього спостереження над матеріалом з подальшим узагальненням отриманих результатів. Такий підхід дав змогу інтерпретувати мовні одиниці в руслі дискурс-аналізу й накреслити нові підходи до вивчення “сміхового спілкування” з позиції його ефективності на основі аналізу мовленнєвих і немовленнєвих факторів, які визначають його формування як інтелектуально-емоційної діяльності, створюють комічний ефект і функціонують у рамках гумористичного інтрадискурсу, що свідчить про структурування дискурсу й інконгруентність на дискурсивному рівні. Суть цього механізму – у додатковій інтенсифікації й інтерпретації суб’єктивної емоційно-оцінної ситуації немовленнєвої дійсності з урахуванням комплексу дискурсивно-мовленнєвих, мовно-стилістичних і жанрових факторів, які зумовлюють його формування й функціонування й, таким чином, створюють комічний ефект. Семантично інконгруентність виявляється в карикатурному зображенні образу, обігруванні двозначності; у плані прагматики – у висміюванні персонажа, розумінні його статусу у вигляді жартівливої невідповідності загальноприйнятих норм (Самохіна, 2012, с. 90–92).

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Теоретичною базою статті послугували праці мовознавців, філософів, культурологів, які вивчали особливості формування та функціонування мовної картини світу. В. М. Манакін (2012) констатує, що в буденному розумінні картина світу – “це калейдоскоп вражень людини від інформації про світ, які свідомість “колекціонує” і опрацьовує” (с. 63), а “мова є засобом матеріалізації різноманітних картин світу, які створює свідомість” (с. 65). Водночас мовна картина світу самостійна і відіграє ключову роль серед інших картин світу (с. 66). Серед відомих учених, які досліджували мовну картину світу, – В. фон Гумбольдт, Й. Л. Вайсгербер, Л. Вітгенштейн, Е. Сепір, Б. Ворф. Одним із перших ідею про мову як інструмент інтерпретації світу і “дух народу” висловив німецький мовознавець Вільгельм фон Гумбольдт. Він метафорично інтерпретував мовну картину світу як мовне коло: “Оскільки сприйняття і діяльність людини залежать від її уявлень, то її ставлення до предметів цілком зумовлене мовою <...> кожна мова описує навколо народу, якому вона належить, коло, з меж якого можна вийти тільки в тому разі, якщо вступаєш в коло іншої мови” (цит. за Сабитова, 2013, с. 49). Термін “мовна картина світу” в науковий обіг увів Й. Л. Вайсгербер, який уважав, що саме мова визначає мислення, процес пізнання людини і, відповідно, її культуру, поведінку та всю цілісну картину світу (Манакін, 2012, с. 67–68). Американські мовознавці Едвард Сепір та Бенджамін Ворф розвинули гіпотезу лінгвальної відносності, за якою структура мови визначає мислення і спосіб пізнання реальності. Отже, у кожній мові відбивається певний спосіб сприйняття світу. Це означає, що “існування мовної картини світу зумовлене гносеологічним чинником – процесом пізнання, яке є невід’ємною частиною сутності людини” (Манакін, 2012, с. 66). Мовна картина світу визначає ставлення людини до світу і задає норми поведінки, тому, можна стверджувати, що це світобачення крізь призму мови, відповідно, “в мові існують слова, інші мовні одиниці, що відображають зміст свідомості [...] Кожна мовна картина світу неповторна і певним чином впливає на мислення носіїв конкретної мови і культури” (там само). Варто зазначити, що культура також відображається у мові, “тому слово й інші одиниці мови набувають у мові культури додаткову культурну семантику, особливе символічне значення” (Сабитова, с. 72).

З порушенням територіальної цілісності України у мові з’явилися нові слова, вирази, характерні для періоду анексії-окупації Криму. Цілковито імовірно, що зі звільненням Кримського півострова від окупантів і поверненням його до територіальних меж України ці новотвори відійдуть до категорії історизмів. Але наразі означена проблематика заслуговує на окремий аналіз. Для мовної картини світу визначальним є фактор оцінності, оскільки відтворює особливості світоглядної парадигми мовців, тобто певної “картини світу”. Ольга Кирилюк (2015), цитуючи дослідження Т. А. Космеди, наголошує, що поняття “картина світу” стало основним смисловим базисом, на якому тримається вся логіко-семантична система мови, а факт відображення в мові світогляду і світовідчуття як окремих індивідів, так і цілих людських груп, дозволяє вважати мову специфічним знанням, поряд із знанням інтуїтивним, безпосереднім та науковим, теоретичним (с. 53). Ольга Кирилюк (2015) досліджує деякі лексичні новотвори, які пов’язані з темою цієї розвідки, зокрема ті, що виникають унаслідок природної реакції мовців, поширюються переважно через Інтернет в коментарях, блогах, дописах. Серед них є лексеми, пов’язані з російською агресією у Криму: “сепари”, “окупендум”, “вата”, “кримтроль”, “скримздити”, “зелені чоловічки”, “рускомірци”, “рашазмі” та ін. (Кирилюк, 2015, с. 54). “Дієслово “скримздити”, яке використовується доволі активно, має у німецькій мові свій аналог – *Krimmen*, що означає “незаконно відхопити” (Туркова, 19 березня, 2016). Є такі неологізми, що сформувалися внаслідок зрощення двох слів в одне: *Путлер* (Путін + Гітлер); *Путінг* (Путін + мітинг) – назва масових заходів на підтримку президента Росії Володимира Путіна; *окупендум* (окупація + референдум) – оказіональна назва референдумів, проведених у Криму

та на території Луганської і Донецької областей під час їхньої окупації російськими військами (Кирилюк, 2015, с. 55), *КРИМіналітет* (Крим + крим-іналітет), *Кримль* (Крим + Кр-емль) – вживається у значенні “півострів Крим, окупований Росією” (Кирилюк, 2015, с. 56).

Словосполучення “зельоніє чоловічки”, “вєжлівіє люді”, які увійшли в лексикон з початком анексії-окупації, продемонстрували, що військових без знаків розрізнення, які захопили кримські адміністративні установи, можна гібридно називати словами з мирною конотацією. Так, Ольга Кирилюк (2015) зазначає, що “в надії “відбілити” своє вторгнення в Крим, пропагандою був придуманий евфемізм *ввічливі люди* (рос. *вежливые люди*) на позначення солдатів російської армії” (с. 56). Причому словосполучення “зельоніє чоловічки” використовують переважно українці, як жертва агресії, а “вєжлівіє люді” – росіяни. У пропагандистських цілях “ввічливі люди” мали стати для проросійських громадян образом воїнів-визволителів, які приїхали захищати мирні міста і села від “фашистів-бандерівців”. Вони ввічливі, привітні, усміхнені, охоче фотографуються з дітьми й молодими жінками. У свідомості мовців не подразнюються канали пам’яті, які виринули б при згадці слів *солдати, військові, армія* і однозначно викликали б негативні асоціації. Для посилення позитивної оцінки і кращого впливу на реципієнта були придумані гасла із зазначеним терміном: “*Ввічливість міста бере*” (рос. *Вежливость города берет*). Цей вислів працює на підміні понять – “агресія – ввічливість”: коли міста беруть армії – це сприймається, як агресія, але ніхто не бачить нічого поганого в тому, що частину території іншої країни відібрали “ввічливо”. Адресат, на якого розрахована ця мовна маніпуляція, сприймає подію як благородний вчинок” (Кирилюк, 2015, там само). “Експерти вважають, що слоган “Вежливые люди” перетворюється в новий символ Збройних сил Росії, а російські філологи пояснюють його популярність **комічним ефектом** (моє виділення – Г.К.), закладеним у визначенні “ввічливі” щодо збройних сил” (Масенко, 23 Август 2017). Він набув такої широкої популярності у РФ, що “навіть зареєстрували бренд “Вежливые люди” та почали продавати футболки, на яких зображено портрет Путіна і написано “самый вежливый из людей”. Це не іронія. А тут це навпаки вживається іронічно, тобто “вєжлівіє люді” у зворотному значенні, тому що ввічливі люди насправді так не чинять” (Туркова, 19 березня, 2016).

На особливу увагу заслуговують коментарі й дописи українського блогера, який живе в Криму і під ніком *КРИМський бандерівець* веде російськомовний інформаційно-сатиричний щоденник “Новости Крымнаша”, який активно засуджує російську окупацію Кримського півострова, виходить на основі зібраних фактів на новинних сайтах та з повідомлень реальних мешканців Кримського півострова в соціальних мережах, особистих спостережень автора, оповідань близьких і друзів, скарг мешканців півострова на окупаційну владу. У дайджесті КРИМського бандерівця вимальовується строката іронічно-саркастична картина світу, оскільки блогер відверто знущається з безглуздої окупаційної влади, висміюючи нікчемність усіх подій, які відбуваються на півострові. Автор щоденника чинить інформаційний опір російській пропаганді на території півострова, висвітлює, що насправді відбувається в Криму, “чтобы все знали, что такое “русский мир”. Если сегодня мы промолчим о ком-то, завтра могут промолчать и про нас” (КРЫМский бандеровец). Тут і надалі залишаємо цитати КРИМського бандерівця в оригіналі, тобто російською мовою, оскільки саме так можна влучно передати яскравий сміховий колорит світогляду автора та відтворити гумористичний інтрадискурс мовної картини світу окупованого півострова. Назва блогу походить від поширеного неологізму “Кримнаш”, який активно пропагували під час інформаційної війни серед місцевого населення Криму. Варто відзначити, що КРИМський бандерівець принципово пише слова *Росія* та *Путін* з малої літери (Новости Крымнаша, 30 травня 2017).

“*Крымнаш*” (укр. “*Кримнаш*”) – найвідоміший російськомовний неологізм, що виник та набув популярності в Росії на тлі підготовки та здійснення російської збройної агресії проти України та під час анексії Криму. Згодом неологізм поширився і в Україні як глузливий інтернет-мем, іноді – разом зі своїм глузливим дзеркальним відбиттям “Намкриш” (Крымнаш,

4 листопада 2017). “Кримнаш” часто використовують у сатиричному контексті для позначення “патріотів”, які експресивно виражають захоплення анексією Криму з гаслом: “Крим наш!”. Тобто з лінгвістичного погляду його можна кваліфікувати і як іменник, і як вигук. Він фігурує в жартах і анекдотах. Наприклад: “Російські жінки під час пологів кричать тепер не “мама!”, а “Крим наш!”. Сергій Стельмах висловлює думку, що “Крымнаш” став “концентрованим відображенням перевернутої російської дійсності. [...] Російська “влада” намагається постійно тримати кримчан в отруйній атмосфері “русской весны” – фальшивого вічного свята і карнавалу” (Стельмах, 07 Октябрь 2016). А за спостереженнями КРИМського бандерівця “Крымнаш все более становится чемоданом без ручки, дно которого трещит по швам **от камней с неба** и завываний разочарованных предателей” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровец).

Для наочності варто докладніше зупинитися на основних мовних патернах (набір стереотипних фраз, висловлювань або назв, прийнятих у певній культурі або середовищі) мислення адептів “Кримнаша”, що впевнено увійшли в мовну картину світу окупованого Криму. Перелік наведених нижче мовних патернів – це спроба розшифрувати частину найважливіших лінгвальних механізмів, які сприяли активному насадуванню ідей адептів окупації Криму та слугували чинником впливу на громадську думку і систему переконань; зокрема, представити їх через гумористичний інтрадискурс із комічними тлумаченнями. Оскільки мова спілкування у Криму переважно російська, то наводимо мовні патерни в їхньому оригінальному звучанні, щоб точніше передати сутність одиниць:

Русский мир – фантасмагорична ідея експансії простору Р.П.Д.Л. (“Русских По Духу Людей”), за основу якої взята російська мова – тобто поєднання всіх російськомовних людей в одну спільноту, незалежно від державної належності. “Смешно наблюдать, как мои ватные соседи потирают лысину, и все чаще задаются вопросом: зачем нам этот “русский мир”? Но поздно” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровец).

Многонациональный русский народ – нова історична спільнота людей у “Кримнаші”.

Русская весна – низка епохальних подій, реакція Кремля на нахабне втручання американців у внутрішні справи Росії в Києві, Криму та на Донбасі.

Президент Владимир Путин – великий вождь і вчитель. Інша версія: В.В.П. – Вождь Всех Патріотів (також скорочення від Володимир Володимирович Путин). Натхненник “русской весны”. Приєднав Крим, позбавивши його мешканців українських продуктів, електрики, води і прав людини.

Хитрый план Путина – один з основоположних символів віри “Кримнаша”, священна скрижаль і книга заклинань. Як мінімум, адепти повинні знати два найсильніших заклинання: “Путин всех переиграл” та “Украина скоро развалится”.

Киселев в телевизоре – верховний жрець, заклинатель, геополітичний некромант. Має підвищену енергетику. Кисельову досить тричі прочитати “Путин всех переиграл”, як американці вкрияються ядерним попелом.

“Хоть камни с неба” – катарсис, процес очищувального впливу на “кримнашистів” різних позитивних чинників: відсутність електрики, погана якість продуктів, низькі зарплати, вбита медицина, розвалене ЖКГ, злочинство і бездарність чиновників. КРИМський бандерівець регулярно рахує й нагадує, який день “каменепаду в Криму” на цей час. “Рухнувшие на голову **камни с неба** в виде мизерных зарплат, угробленной медицины, социальных проблем и ограниченный, **связанных с санкциями**, ещё больше обозлили ватный планктон, рассчитывающий на внеземной рай после своего предательства, как показывал “Первый канал” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровец). Олександр Коноваленко в сатирично-гумористичному журналі “Перець. Весела республіка” надрукував такий чотиривірш:

Повернулись до рідної гавані,
До Росії – країни чудес!
Тільки замість небесної манни

У **“Кримнаші” – каміння з небес** (моє виділення – Г.К.), (Чотиривірш Олександра Коноваленка, 2017). КРИМський бандерівець пропонує збирати каміння з неба у мішки. “Потім, коли кримнаші через Керченську протоку переправлятися будуть, передасте їм. Каміння стане їм у нагоді” (КРЫМский бандеровець).

“Умереть в России” – вища мета, фінальна стадія “Кримнаша”, довгоочікуваний результат “камней с неба”. Яскраво втілюється в життя у сфері медичних послуг. КРИМський бандерівець наводить такий приклад: “В свете программы **“Умереть в России”** фраза на двери кабинета ялтинской поликлиники “Живой очереди нет” звучит зловеще” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровець).

“Смех Искандеров”, також “Смешные санкции” – сеанс колективного заспокоєння, що санкції, запроваджені Заходом, не страшні, а смішні, тобто навіть корисні (див. також Яковенко, 27/07/2017). **“Смешные санкции веселят** феодосийцев: “Как в обход санкциям заказать товар в Крым на Ебэе или Амазоне???” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровець). Спостерігаються інші варіанти у блозі: **“не смешите Искандеры”, “Ржание Искандеров хорошо слышно в Крыму”, “Россети” боятся заходить в Крым из-за санкций, от которых больше не ржут Искандеры”, “Хохот Искандеров”, “Искандеры снова ржут”, “Хохот Искандеров смешит моряков-предателей”, “Что за звук раздается? Это хохочут Искандеры. Обхохатываются”** (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровець).

Вставание с колен – нескінченна боротьба Росії з “ненависним Заходом”, яка завжди закінчується перемогою останнього. “Злые языки поговаривают, что США и Запад очень долго пытались поставить Россию на колени, но потом бросили это гиблое дело – Россия так и осталась лежать”. “Оккупанты в Крыму хотят засекретить данные об инвесторах. Какие инвесторы? Ахахах)))))) **Встаем с колен раком кверху”**. **“Вставать с колен будет ещё веселей”** (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровець).

“Зато не стреляют” – мантра-самозаспокоєння, що в Україні справи набагато гірші, ніж в окупованому Криму. Безпрограшна фраза, яка може пояснити абсолютно все. Маючи впевненість у завтрашньому дні (тут простежується гра слів: як “день”, так і “дно”), адепти “Кримнаша” свято вірять у “сильну руку” – царя, який прийде і всіх урятує. На цьому ґрунтується ще один мовний патерн *“Путин, пАМаги!”* – скрепна чолобитна царю-батюшці, класична міфологема звернення до лідера нації. За спостереженнями КРИМського бандерівця, життя на військовій базі, на яку поступово перетворюється Крим, стає **все веселіше**, тому “вату решили напомнить про **“зато не стреляют”**, а то расслабились”. **“Зато не стреляют**. Ну как, стреляют, но не часто. Ну как, не часто – каждый день, но не насмерть. Ну как, не насмерть – не всех”. “Не знаю, что и почему происходит в Крыму, но это сильно напугало оккупантов. Может, они сами во “всенародную поддержку” не очень верят? Чувствую, истории **“Зато не стреляют”** плавно приходит конец” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровець).

“Вот построят мост”, Крымский мост – ще одна непохитна мантра, очікування покращення життя після закінчення будівництва мосту: “Ось побудують міст і заживемо”. **“Вот построят мост”** [...] Да вы даже на 5 % не представляете, какой ад, трындец, Содом и Гоморра в Крым по этому мосту припетляют!”, “Приснилось, что все крымчане, проголосовавшие за путина, построились **на Крымском мосту** и пошли по нему строем в Россию. В ногу, чеканя шаг”. “А что, если по открытому железнодорожному **мосту через Керченский пролив** первым поездом прибудет “поезд дружбы” с бандеровцами?)))” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровець).

Правосеки и бандеровцы – збірний образ українських націоналістів і радикалів. Природжені садисти й душогуби. Масово знищують російських снігурів, розпинають маленьких хлопчиків, знущаються з попів Московського патріархату, гвалтують вагітних пенсіонерок на блокпостах.

Татаробандеровці – найпідліший різновид українських радикалів. Шахраї і провокатори на американській зарплатні. Денно і нічно шкодять адептам “Кримнаша”, всіляко заважаючи їм “умереть в России”.

Федеральная целевая программа – збірник міфів і легенд, звернених у майбутнє. Програма вже встигла припинити своє існування через брак коштів у федеральному бюджеті.

Денег нет, но вы держитесь – універсальна відповідь на безліч запитань. Офіційні настанови, план дії від окупантів та побажання кримчанам в анексованому й окупованому Криму; неофіційна програма партії “Єдина Росія”, озвучена чесним і відкритим політиком Дмитрієм Медведевим. Громадська реакція на фразу демонструє спосіб мислення населення, яке звикло до економічних негараздів – гумор і стоїцизм. “Маленькое наблюдение: футбол с Димом и надписями “держитесь” стало очень много. **Самоирония и осознание** того, в какой ж@пе живем” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровец). “Как же **приятно** слышать скулёж ватных пенсов в Крыму, что “пенсия у меня всего 8 тыщ. Как на неё прожить? Даже на еду не хватает”. Отвечаю всегда словами “вяликого классика”: **денег нет, но вы держитесь**” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровец).

У зв’язку з енергоблокадою Криму виникло ще одне слово “*мегаватники*”. Воно є похідним від “ватників” і базується на грі слів. Окупаційна адміністрація півострова знайшла вихід із енергоблокади у використанні генераторів-мегаватників. Друга “т” у цьому слові відразу відпала, що й зумовило продукування численних жартів, глузувань та кепкувань на адресу окупантів. У соціальних мережах висміяли самопроголошеного голову анексованого Криму Сергія Аксьонова, який заявив, що знеструмлену Керч зігріють *мегаватники*. Слова Аксьонова опублікувало РІА Новини: “Це питання номер один. Частина генераторів, які прийдуть через поромну переправу, будуть розміщені в Керчі, це насамперед. Це будуть як генератори малої потужності, так і мегаватники”, – сказав Аксьонов. У соціальних мережах поглузували із заяви Аксьонова про “мегаватників”. Блогер Деннис Саква на своїй сторінці в Facebook від 25 листопада 2015 р. написав: “Один мегаватник управляет 1000 киловатников! А киловатник, в свою очередь, – 1000 ватников! Учitando, что население Крыма – около 2 миллионов, им хватит 2 мегаватника. Я правильно посчитал?” (Саква, 25 листопада 2015 р.). Гострослови навіть запровадили “табелъ про ранги у рашистів: “Ватник, Киловатник, Мегаватник” (Анекдоты на Цензор.нет, 21.06.2014).

Так звана прихильниця анексії Криму Наталія Поклонська назвала мегаватником президента РФ Володимира Путіна. Про це вона написала в Twitter від 02.12.2015: “МегаВатный Путин!” Користувачі соцмережі відразу ж висміяли цей пост. Найімовірніше, Поклонська хотіла повідомити про радісну подію для окупованого Криму – запуск першої лінії енергомосту. Але замість мегаватника (100-ватт) Путін виявився мегаватником. “С одной буквой Т значит речь идет не о ваттах, а о вате”. “Так и пиши – с одной “Т”, умничка няш-мяш! все правильно!”. “И вся Россия – сплошные Мега-Ватники”. “Зачем нужны мегаватники? Неужели им своих ватников не хватает?” (“Прокурор” Крыма назвала Путина мегаватником, 03 декабря 2015). Варто зазначити, сама Поклонська є приводом для численних жартів і висміювань через її “анімізований” образ “*няш-мяш*”, який згодом став популярним мемом після поширення в мережі жартівливого музичного відео з нею в головній ролі (Карп’як, 8 серпня 2014).

Виявом гумористичного опору російській пропаганді в Криму вважаємо обігрування мему *Нехай щастить!* – *Нех@й щастить!* Уперше встановили білборд саме з такими словами в місті Щастя, що на Луганщині, на основі співзвучності назви міста та побажання (У Щасті “поховали” Путіна – фото, 12 Березня 2017). Ю. Луценко, свого часу будучи радником Президента України та маючи беззаперечне почуття гумору, проанонсував, що незабаром на усіх пунктах пропуску з Російською Федерацією будуть встановлені білборди з написом: “Нехай щастить, или по-русски – нех...й шастать” (Цитати на Цензор.нет, 18.08.2014). Але поки що чотири білборди-попередження були облаштовані на кордоні з анексованим Кримом та біля

центрів, де видають закордонні паспорти, зі зверненням до кримчан українською, а до зрадників-колабораціоністів – російською: “Браття, кримчани-українці! Хоч ви і під російською окупацією, проте ми вам тут завжди раді. Європа відкриває перед вами двері. Отримуйте біометричні паспорти і мандруйте вільно цивілізованим світом. Нехай щастить!” та “Предатели и коллаборанты! Зачем вы приехали? За паспортом украинским? В Европу захотели? А что, туры по Золотому кольцу уже не интересуют? Сидите дома и ждите камней с неба! Нех@й шастать!” (“Нехай щастить!” і “Нех@й шастать!” – на честь безвізу жителів Криму на Херсонщині зустрічають двомовні білборди (фото), 31.05.2017).

Щоденні спостереження Кримського бандерівця визначають основну думку цього дослідження: негативні умови дійсності слід сприймати тільки через позитивний емоційний стан, піднесеність духу – інакше за цих умов вижити важко. “Умереть не встать” – **когда-то я смеялся** над этой фразой Лии Ахеджаковой, а сегодня [...] почему-то вспомнил эти слова, но совершенно в другом контексте – в контексте того, **во что превращается Крым...** **И стало грустно...**”. “Можно **высмеивать** происходящее в Крыму, проявлять **чудеса сарказма**, но как же больно видеть, как твоя малая родина потухает и превращается в уродца”, а тому, “не каждый проктолог способен рассмотреть то место, куда мы движемся” (моє виділення – Г.К.), (КРЫМский бандеровец). “Шутки про Крым перестают **быть смешными**. Не всегда понятно **шутите** вы или просто рассказываете произошедшее”. “Выражение “При Украине такого не было” перестает **быть шуткой**” (моє виділення – Г.К.) (КРЫМский бандеровец). На жаль, частина жителів окупованого півострова продовжує щиро радіти “кримнашу”, жити у фальшивій реальності й увірувати в свого національного лідера Путіна. “Только сейчас осознал, что **никто** вчера **не шутил**. **Просто в Крыму никому не до шуток**. Может, только самые упоротые, но у них своя реальность”. “**Сплошной цирк**, в котором больше **никто не смеётся**... да это же **СТРАНА 404 МГАГАГАГА**” (моє виділення – Г.К.) (КРЫМский бандеровец). Але всупереч усім викликам долі “Чорне море ще всміхнеться”© після звільнення півострова від окупації. “Хотелось бы дожить до того момента, когда Крым и Донбасс будут освобождены, и мы точно так же **со слезами на глазах будем вместе радоваться и поздравлять друг друга** с освобождением из российского плена”. “**Нищим хлеба и зрелищ!** 15 февраля оккупанты созывают вату Заозёрного (Евпатория) на “**торжественный митинг**”, посвящённый выводу советских войск из Афганистана. День **ВЫВОДА** российских войск мы тоже **будем праздновать**... Не митингом... **Карнавалом!**” (моє виділення – Г.К.) (КРЫМский бандеровец).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Проаналізовані мовні патерни можемо вважати одним з найбільш продуктивних методів ефективного переконання. Створені в окупованому Криму лексичні новотвори, інтернет-меми, мовні патерни свідчать сміхове світосприйняття дійсності у мовній картині світу українців та україноцентричних мешканців Криму. Мовна протестна риторика з вкрапленнями гумору слугує своєрідним захисним щитом і зброєю інтелектуального ураження. Лексичні новотвори функціонують у рамках гумористичного інтрадискурсу та виконують одну з найважливіших функцій у сучасній сміховій культурі українців – висміювання опонента через жартівливу невідповідність загальноприйнятим нормам. **Перспективу подальших досліджень** вбачаємо в систематизації й узагальненні лексико-стилістичних засобів вираження мови сміху КРИМського бандерівця. В авторському післяслові до історичного роману “Роксолана” Павло Загребельний зазначає, що “наша гідність і наш порятунок – у думці, в розумі”. Варто додати, що і гумористичне сприйняття дійсності може слугувати порятунком і звільненням від окупації, наразі хоча б у моральному плані, адже тільки вільна людина може через сміх висловити свою незгоду із сьогоденням. “Комедія людського буття” вимагає від людини бути “*homo ridens*” (“людиною, що сміється”), адже, за класиком, “розумне обличчя – це ще не ознака розуму; найбільші дурниці на Землі чиняться із серйозним виразом обличчя. Усміхайтесь, панове, усміхайтесь!”.

ЛІТЕРАТУРА

- Гуменюк, Л. (07 марта 2017). *КРЫМский бандеровец: Крым – слишком тяжелый камень на шею утопленника*. Взято з: www.obozrevatel.com/society/08972-kryimskij-banderovets-kryim-slishkom-tyazhelyij-kamen-na-shee-utoplennika.htm.
- Донскіс, Л. (2015). Як Путін розважає народ. *Український тиждень*, 47 (419), 50.
- Казарин, П. (02 Январь 2016). *Мегаватники, зрадофилы, гречкосейство. Какие слова подарил нам 2015 год?* Взято з: <http://ru.krymr.com/content/article/27460989.html>.
- Карп'як, О. (8 серпня 2014). *Вата з укропом: мова політичних мемів*. Взято з: http://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2014/08/140807_new_words_ko.
- Кирилюк, О. (2015). “Вогнехреще” або неологізми як відображення військового протистояння. *Наук. зап. Сер. Філологічні науки* : [зб наук пр]. Кіровоград, (137), С. 52 – 57.
- Коротыч, И. (2016). *Зачем это всё, или Ещё немного про аннексию Крыма*. [Weblog]. Взято з: <https://site.ua/irina.korotych/2407-zachem-eto-vse-ili-esche-nemnogo-pro-anneksiyu-kryma/>.
- Крымнаш*. (4 листопада 2017). Електронна енциклопедія “Вікіпедія”. Взято з: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D1%8B%D0%BC%D0%BD%D0%B0%D1%88>.
- КРЫМский бандеровец. (з 13 листопада 2014, щоденно). *Новости Крымнаша*. Информационное сопротивление российской оккупации Крыма и Донбасса. [Weblog]. Взято з: <https://crimeaua1.wordpress.com/>.
- Манакин, В. М. (2012). *Мова і міжкультурна комунікація*. Київ: ВЦ “Академія”.
- Масенко, Л. (23 Август 2017). *Украина и миф Кремля о “вежливом солдате”*. Взято з: <https://ru.krymr.com/a/28692703.html>.
- Новости Крымнаша*. (30 травня 2017). Електронна енциклопедія “Вікіпедія”. Взято з: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%9A%D1%80%D1%8B%D0%BC%D0%BD%D0%B0%D1%88%D0%B0.
- Сабитова, З. К. (2013). *Лингвокультурология*. Москва: Наука.
- Самохіна, В. О. (2012). *Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США*: монографія. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна.
- Стельмах, С. (07 Октябрь 2016). *Крымское безвременье*. Взято з: <http://ru.krymr.com/a/28038308.html>.
- Туркова, К. (19 березня, 2016). “Крымнаш”, “вежливіє люди”, “ватнік”: неологізми, породжені конфліктом. Взято з: <https://hromadske.ua/posts/krymnash-viezhlivyie-liudi-vatnik-neologizmy-porodzeni-konfliktom>.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Анекдоты на Цензор.нет. (21.06.2014). *Цензор.нет*. Взято з: <https://censor.net.ua/jokes/1041777>.
- В Щасті “поховали” Путіна – фото. (12 Березня 2017). *Politeka*. Взято з: <https://politeka.net/ua/news/413946-v-schaste-pohoronili-putina-foto/>.
- “Нехай щастить!” і “Нех@й шастать!” – на честь безвізу жителів Криму на Херсонщині зустрічають двомовні білборди (фото). (31.05.2017). *ХЕРСОН.city*. Взято з: <http://kherson.ua.city/society/6324-nekhaj-shchastit-i-nekh-j-shastat-na-chest-bezvizu-zhitelev-krimu-na-khersonshchini-zustrichayut-dvomovni-bilbordi-foto>.
- “Прокурор” Крима назвала Путіна мегаватником (03 декабля 2015). Взято з: <https://bykvu.com/bukvu/15520-prokurog-kryma-nazvala-putina-megavatnikom>.
- Саква, Д. (25 листопада 2015 р.). *Сторінка у соціальній мережі Facebook*. Взято з: <https://www.facebook.com/dennis.sakva/posts/551504201674423>.

У админграницы с Крымом появились билборды с обращением к предателям Украины: опубликованы фото. (31 мая 2017). *Апостроф*. Взято з: <https://apostrophe.ua/news/society/2017-05-31/u-admingranicy-s-krymom-poyavilis-bilbordy-s-obrascheniem-k-predatelyam-ukrainy-opublikovany-foto/97469>.

Цитати на Цензор.нет. (18.08.2014). *Цензор.нет*. Взято з: <https://censor.net.ua/quotes/54274>
Чотиривірш Олександра Коноваленка. (2017). *Перець. Весела республіка*, листопад (№ 11), 10.
Яковенко, И. (27/07/2017). *Санкции: очень смешно и совсем не больно*. Взято з: <http://www.ungazeta.info/?p=1062>.

REFERENCES

- Gumenyuk, L. (07 marta 2017). *KRYMskiy banderovets: Krym – slishkom tyazhelyy kamen na sheye utoplennika*. Vzyato z: www.obozrevatel.com/society/08972-krymskij-banderovets-kryim-slishkom-tyazhelyij-kamen-na-shee-utoplennika.htm.
- Donskis, L. (2015). *Yak Putin rozvazhaie narod*. Ukrainskyi tyzhden, №47 (419), 50.
- Kazarin, P. (02 Yanvar 2016). *Megavatniki, zradofily, grechkoseystvo. Kakiye slova podaril nam 2015 god?* Vzyato z: <http://ru.krymr.com/content/article/27460989.html>.
- Karpiak, O. (8 serpnia 2014). *Vata z ukropom: mova politychnykh memiv*. Vziato z: http://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2014/08/140807_new_words_ko.
- Kyryliuk, O. (2015). *“Vohnekhreshche” abo neolohizmy yak vidobrazhennia viiskovoho protystoiannia*. Nauk. zap. Ser. Filolohichni nauky : [zb nauk pr] Kirovohrad. derzh. ped. un-t im. V. Vynnychenka. Kirovohrad, (137), S. 52 – 57.
- Korotych, I. (2016). *Zachem eto vse, ili Eshche nemnogo pro anneksiyu Kryma*. [Weblog]. Vzyato z: <https://site.ua/irina.korotych/2407-zachem-eto-vse-ili-esche-nemnogo-pro-anneksiyu-kryma/>.
- Krymnash*. (4 lystopada 2017). Elektronna entsyklopediia “Wikipedia”. Vziato z: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D1%8B%D0%BC%D0%BD%D0%B0%D1%88>.
- KRYMskiy banderovets. (z 13 lystopada 2014, shchodenno). *Novosti Krymnasha*. Informatsionnoye soprotivleniye rossiyskoy okkupatsii Kryma i Donbassa. [Weblog]. Vzyato z: <https://crimeau1.wordpress.com/>.
- Manakin, V. M. (2012). *Mova i mizhkulturna komunikatsiia*. Kyiv : VTs “Akademiiia”.
- Masenko, L. (23 Avgust 2017). *Ukraina i mif Kremlya o “vezhlivom soldate”*. Vzyato z: <https://ru.krymr.com/a/28692703.html>.
- Novosti Krymnasha*. (30 travnya 2017). Elektronna entsyklopediia “Wikipedia”. Vzyato z: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%9A%D1%80%D1%8B%D0%BC%D0%BD%D0%B0%D1%88%D0%B0.
- Sabitova, Z. K. (2013). *Lingvokulturologiya*. Moskva : Nauka.
- Samokhina, V. O. (2012). *Zhart u suchasnomu komunikativnomu prostori Great Britain ta USA: monohrafiia*. Kharkiv : KhNU imeni V. N. Karazina.
- Stelmakh, S. (07 Oktyabr 2016). *Krymskoye bezvremenyie*. Vzyato z: <http://ru.krymr.com/a/28038308.html>.
- Turkova, K. (19 bereznia, 2016). *“Krymnash”, “viezhlivyie liudi”, “vatnik”: neolohizmy, porodzeni konfliktom*. Vziato z: <https://hromadske.ua/posts/krymnash-viezhlivyie-liudi-vatnik-neolo-hizmy-porodzeni-konfliktom>.
- Anekdoty na Tsenzor.net. (21.06.2014). *Tsenzor.net*. Vzyato z: <https://censor.net.ua/jokes/1041777>.
- V Shchasti “pokhovaly” Putina – foto. (12 Bereznia 2017). *Roliteka*. Vziato z: <https://politika.net.ua/news/413946-v-schaste-pohoronili-putina-foto/>.
- “Nekhai shchastyt!” i “Nekh@i shastat!” – na chest bezvizu zhyteliv Krymu na Khersonshchyni zustrichaiut dvomovni bilbordy (foto). (31.05.2017). *KhERSON.city*. Vziato z: <http://kherson.ua.city/society/6324-nekhaj-shchastit-i-nekh-j-shastat-na-chest-bezvizu-zhyteliv-krymu-na-khersonshchyni-zustrichayut-dvomovni-bilbordi-foto>.

- “Prokuror” Kryma nazvala Putina megavatnikom (03 dekabrya 2015). Vzyato z: <https://bykvu.com/bukvy/15520-prokuror-kryma-nazvala-putina-megavatnikom>.
- Sakva, D. (25 lystopada 2015 r.). *Storinka u sotsialnii merezhi Facebook*. Vziato z: <https://www.facebook.com/dennis.sakva/posts/551504201674423>.
- U admingranitsy s Krymom poyavilis bilbordy s obrashcheniyem k predatelyam Ukrainy: opublikovany foto. (31 maya 2017). *Apostrof*. Vzyato z: <https://apostrophe.ua/news/society/2017-05-31/u-admingranicy-s-krymom-poyavilis-bilbordy-s-obrascheniem-k-predatelyam-ukrainy-opublikovany-foto/97469>.
- Tsitaty na Tsenzor.net. (18.08.2014). *Tsenzor.net*. Vzyato z: <https://censor.net.ua/quotes/54274>.
- Chotryvirsh Oleksandra Konovalenka. (2017). *Perets. Vesela respublika*, lystopad (№ 11), 10.
- Yakovenko, I. (27/07/2017). *Sanktsii: ochen smeshno i sovsem ne bolno*. Vzyato z: <http://www.ungazeta.info/?p=1062>.

*Дата надходження до редакції 12.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

УДК 811.133.1'42:82-3(045)

**ЛАБИРИНТ ЯК ЗНАКОВИЙ ФІКСАТОР
НАРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ “ЕКСПРЕСІЯ”
У ФРАНЦУЗЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТОТВОРЕННІ ХХ ст.
(на матеріалі роману А. Роб-Грійє “Dans le Labyrinthe”)**

САВЧУК Р. І.

доктор філологічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет

e-mail: ruslana.savchuk11@gmail.com

У статті розглянуто основні особливості конструювання модерністської оповідної реальності у французькому прозовому тексті періоду Нового роману. З метою виявлення текстотвірного потенціалу *лабіринту* як знаково-мовної структури відображення наративної стратегії *експресія* в романі французького письменника Алена Роб-Грійє “Dans le Labyrinthe” з’ясовано головні закономірності породження та розгортання оповідної реальності, яка відзначається деформацією та викривленням власних кордонів за рахунок розширення та розтягнення меж простору й часу. Установлено, що в аналізованому прозовому тексті значущими показниками естетики модернізму в контексті текстотворення є ігрова концепція письма та поетика кінооповіді.

Ключові слова: текстотворення, наративна стратегія *експресія*, лабіринт, наративний простір, оповідь, нелінійність, модерністська оповідна реальність, семіотичний простір, монтажне кадрування.

**LABYRINTH AS INDEX OF NARRATIVE STRATEGY “EXPRESSION” IN
FRENCH LITERARY TEXT COMPOSITION OF THE XXTH CENTURY
(IN THE NOVEL BY A. ROBBE-GRILLET “DANS LE LABYRINTHE”)**

SAVCHUK Ruslana Ivanivna

Doctor of Sciences (Philology), Associate professor

Kyiv National Linguistic University

ruslana.savchuk11@gmail.com

Introduction. The paper deals with the main peculiarities of the Nouveau Roman modernist narrative reality construction in the 20th century French fictional text formation.

Purpose of the paper is to determine the function of narrative technique *labyrinth* in realizing the narrative strategy of *expression* in A. Robbe-Grillet novel “Dans le Labyrinthe”.

Methods. In analysing the ways of French modernist text composition the investigation is grounded on the methods of textual analysis, narrative analysis motif analysis.

Results. The paper suggests the ways of construing the modernist narrative reality. Such reality is characterized by some installation and unnatural character of existing of the main hero in narrative space of the text. The paper proves that it happens due to dominant perceptive modus of vision and tendency to simulation of reality in French literary text composition of the XX th century.

Conclusions. Grounded on the principles of text composition in A. Robbe-Grillet novel “Dans le Labyrinthe” the paper illustrates the metamorphose of *labyrinth* as leitmotif image into narrative technique influences the text composition. So, labyrinth is proved to be the index in realisation the narrative strategy of *expression* as it predicts the narrative which is characterised by breaking the temporal linearity, desorientation and mixing all the system of textual senses.

Perspectives. The results of the present paper give reason for further investigation of the ways of text composition in the texts of other genres in pragmatic and cross-cultural aspects.

Keywords: text formation, narrative strategy, expression, labyrinth, narrative space, narrative, temporal linearity, modernist narrative reality.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. ХХ століття як епоха, що позначена суттєвим синтезом художнього та філософського мислення, виявляє складні “переплетіння” жанрових структур різних мистецтв (Осипова, 1999, с. 100). З-посеред визначальних рис естетики модернізму значущою в контексті французького художнього текстотворення ми вважаємо *ігрову концепцію письма*, з огляду на те, що оповідь розгортається за певним ігровим сценарієм і формує в такий спосіб своєрідний *ігрово-кінематографічний майданчик* як, наприклад, у представників Нового роману, зокрема в А. Роб-Грійє.

Актуальність цієї наукової розвідки пояснюємо неабияким інтересом у вітчизняних і закордонних, зокрема французьких, лінгвопоетологічних розвідках до дослідження взаємозв'язків мови і художнього мислення, передусім у тих аспектах, що відображають процеси й механізми художнього текстотворення як особливої авторської наративної програми.

Мета статті. Маючи на меті виявлення текстотвірного потенціалу *лабіринту* як знаково-мовної структури відображення наративної стратегії *експресія* у французькому прозовому тексті ХХ ст., ми звертаємося до **питання** конструювання *модерністської оповідної реальності*, яка відзначається *монтажністю* і дещо *неприродним / спотвореним* характером буття головного персонажа, що цілком природно пояснюємо домінуванням *перцептивного* модусу бачення та тенденцією до *симуляції* реальності у французькому художньому текстотворенні ХХ ст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Французький наративний дискурс ХХ ст. вибудовується як *екстеріоризація* або ж *суб'єктивізація* мови. Ідеться про кодування в текстовій тканині знаків і символів, які допомагають авторові витворити багатовимірну *модерністську смислову реальність* (Ткачук, 2007, с. 298) й маркувати при цьому власні інтенції.

У розвідках із наративних тактик модернізму постулюється ідея того, що письменники цієї епохи перетворили реалістичну оповідь на твори *нодальні*, тобто вузлуваті, та *фрагментарні* (Словарь культуры ХХ века, 1997), оскільки останні становлять собою деякі варіації окремих образів і сцен, а не цілісну історію персонажного буття. Художні тексти доби модернізму сформувалися внаслідок пошуків засобів самовираження письменників, тому умовно в ній виділяють два “табори” письменників: творці нових міфів і дослідники власного міфологізму (Моклиця, 1999, с. 76) як автори поглибленої психологічної прози. Стрижневою рисою художнього наративу постає занурення у власну або конструювання “чужої” міфології й опосередкування останніх через інтелект, емоцію або/та інтуїцію.

Саме тому пристаємо до думки, що однією з найбільш показових лінгвокогнітивних наративних стратегій французького художнього текстотворення ХХ ст. постає *експресія*, результатом якої є творення множинної та багатовимірної *модерністської оповідної реальності*, що розкриває особливості концептуалізації та категоризації французькими письменниками цієї історико-літературної й культурної доби навколишнього світу.

Експресія як лінгвокогнітивна наративна стратегія надає письменнику можливість вибудувати багатовимірну та суб'єктивізовану оповідь, яка подекуди може лишатися незмінною в просторі та часі, оскільки останній розтягується, що підпорядковується *перцепції* як безпосередньому відображенню предметів і явищ об'єктивної дійсності органами чуття.

Власне, саме термінопоняття *експресія*, яке походить від латинського *ex-pressio* – видавлювання, вижимання, нагнітання (СУМ), позначає зовнішнє вираження почуттів і переживань, а тому виразно корелює з наміром французьких авторів ХХ ст. віднайти нові способи й механізми формування та форматування оповідної реальності.

Текстотвірний процес ХХ ст. не мав на меті цілісної презентації подій та/чи дій або ж деталізованої характеристики персонажа, а завданням письменника було представлення миттєвого і короткочасного враження або відчуття гомо- / гетеродієгетичного оповідача.

Крім того, художній наратив епохи модернізму вражає власним *gиперреалізмом*, який уможливується в оповіді через надмірну кількість скрупульозно відібраних деталей і майже наукових описів наративних об’єктів. Ми пов’язуємо цю особливість модерністського прозового тексту також із наративною технікою *експресії*, що пояснює лексико-синтаксичну й образно-стилістичну своєрідність прозового твору ХХ ст. У цьому контексті додамо також *нейтральність* і *лаконізм стилю* та *розширення й активізацію* підтекстового семантичного простору за рахунок символізації концептуально значущих одиниць модерністської оповіді.

Загалом, із розвитком художньої словесності в добу модернізму посилюється індивідуалізація подій та/чи дій, а тому набуває поширення суб’єктивізована манера ведення оповіді, що отримує вираження в художньому наративі ХХ ст. через перенесення (по)дієвості із зовнішньої у внутрішню площину. У прозовому творі досліджуваного періоду в єдиному словесному потоці фіксуються рухливий і змінний наративний об’єкт та суб’єктивна візуалізація останнього крізь призму його сприйняття, емоційного переживання й осягнення наративним суб’єктом.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У романі французького письменника-новороманіста А. Роб-Грійє “Dans le Labyrinthe” вся оповідь – це своєрідний мікросвіт, який розгортається й еволюціонує як *зоровий лабіринт* (термін Л.А. Гапон) (1990).

З огляду на те, що *лабіринт* розуміється як складне та заплутане поєднання чи переплетення деяких елементів або деталей, він концептуалізує те, що важко збагнути й у чому непросто розібратися (СУМ), а тому постає референтом усього семіотичного простору роману як *конвенційний символ*, який окреслює інтелектуальну організацію множинності смислів на зразок сітки або ризоми, де кожний знак функціонує на межі перетину з іншими (Бразговская, 2008, с. 120):

Le soldat qui s’était un peu penché pour observer les détails de l’empreinte, rejoint ensuite le sentier. En passant, il essaie de pousser la porte de l’immeuble, mais celle-ci résiste: elle est vraiment close. C’est une porte en bois plein, moulurée, dont le battant est encadré de deux parties fixes, très étroites. L’homme poursuit sa route vers le coin de la maison et tourne dans la rue transversale, déserte comme la précédente.

Cette nouvelle voie le conduit, comme la précédente, à un carrefour à angle droit, avec un dernier lampadaire dressé dix mètres avant le bord en quart de cercle du trottoir; et, tout autour, des façades identiques. Sur la base en cône renversé du lampadaire s’enroule aussi une tige de lierre moulée dans la fonte, ondulée de la même manière, portant exactement les mêmes feuilles aux mêmes endroits, les mêmes ramifications, les mêmes accidents de végétation, les mêmes défauts du métal. Tout le dessin se trouve souligné par les mêmes liserés de neige. C’était peut-être à ce carrefour-ci que la rencontre devait avoir lieu (Бразговская, 2008, с. 16–17).

У наведеному вище фрагменті оповіді мовні знаки, що позначають і деталізують простір *лабіринту*, мають “прозорі референти” (Бразговская, 2008, с. 104–105), оскільки дають однозначні уявлення про об’єкт референції: *sentier* n.m. (“стежка”), *route* n.f. (“дорога”), *coin* n.m. (“ріг вулиці”), *rue* n.f. (“вулиця”), *carrefour* n.m. (“перехрестя”), *voie* n.f. (“шлях”). Така актуалізація предметів і явищ, які описуються, відбувається в результаті операції приписування іменам предикативних знаків [там само], котрі текстуалізовані дієсловами, що об’єднані спільними семами *переміщення* й *ходьби* в різних напрямках: *rejoindre* v.tr., *passer* v.tr., *poursuivre* v.tr., *tourner* v.tr., *conduire* v.tr.

У розгляданому прикладі наративним об’єктом є персонаж – солдат, який перебуває в постійному блуканні і пошуку ймовірного місця зустрічі з незнайомцем: *le soldat rejoint le*

sentier; l'homme poursuit sa route; tourne dans la rue; c'était peut-être à ce carrefour-ci que la rencontre devait avoir lieu. При цьому, рух / переміщення вулицями та перехрестями міста є механічним і несвідомим, на що вказують такі атрибутивні характеристики текстових референтів *лабіринту*, як сема *тотожності*, що вербалізується текстовою одиницею *même* з огляду на семантичне значення прикметника *même* adj.: “marque la similitude ⇒ semblable” (Dictionnaire Le Petit Robert électronique).

Уважаємо, що *лабіринт* є образом-символом не лише дезорієнтації й розгубленості головного героя оповіді, але й його *зайвості* та *неприродності* на тлі вулиць, кварталів або перехресть міста, що експліковано в оповіді неабияким нагромадженням семи *тотожності* в описах останніх: *ondulée de la même manière, portant exactement les mêmes feuilles aux mêmes endroits, les mêmes ramifications, les mêmes accidents de végétation, les mêmes défauts du métal. Tout le dessin se trouve souligné par les mêmes liserés de neige.*

З позицій концептуального аналізу, можемо стверджувати, що солдат лишається заручником свого блукання. Навіть за умови зміни декорацій, він не зможе полишити цей *лабіринт*, крім випадку його смерті (що, власне, й відбувається у фінальних сценах твору, оскільки під час свого переміщення містом і пошуку місця зустрічі головний герой був пораненим, про що читач дізнається лише наприкінці роману).

Зауважимо, що *десемантизований оповідач*, який вибудовує оповідь за допомогою наративної техніки “*об'єктива кінокамери*”, жодним чином не аналізує й не пояснює читачеві психологічного або емоційного стану свого персонажа. Така оповідна інстанція лише поміщає героя у світ речей, які постають в оповіді такими ж наративними об'єктами, як і сам персонаж. У художньому тексті французького письменника солдат рухається навмання, не знаючи шляху, як у просторі, так і в часі *лабіринту*.

Франкомовні поетологи, дослідники наративної манери Алена Роб-Грійє (Foroughi H., Djavari M.-H., Heidari S., 2013) схиляються до думки, що *темпоральне блукання (l'errance temporelle)* (Foroughi H., Djavari M.-H., Heidari S., 2013) виявляється у властивостях *повторюваності* та *колоподібності* часу, що корелює з простором, який має форму *лабіринту*. Саме завдяки цьому *лабіринт* перетворений на такий семіотичний простір, у якому існують знаки, що називають об'єкти, предмети, явища природи, однак останні не співвідносяться з актуальною дійсністю, зважаючи на те, що в ньому значно розширені межі теперішнього й розтягнений просторово-часовий проміжок “тут” і “зараз”. У такий спосіб *лабіринту* надано обрисів “*викривленого / деформованого простору*” буття речей і персонажів.

Серед помітних рис естетики модернізму значущими в контексті текстотворення ми постулюємо *ігрову концепцію письма та поетику кінооповіді*, зважаючи на те, що художній наратив вибудовується за певним *ігровим сценарієм*. Власне, *гри* потрактовують як деяку діяльність у сфері *можливого*, у якій суб'єкт / об'єкт / подія та/чи дія набувають статусу ймовірних (Бразговская, 2008, с. 99). При цьому, основним правилом *гри* є можливий характер події та/чи дії з погляду її *можестування* (Бразговская, 2008, с. 99), а отже, саме наративний принцип *гри* надає можливість письменнику породжувати інший вимір буття, не спираючись на дійсний (актуальний) світ.

Термінопоняття *мовної гри* найповніше було опрацьовано в працях австрійського філософа і логіка Людвіга Вітгенштейна (2005), який убачав у ньому деяке уявлення про реальні та можливі способи вживання мов. Відштовхуючись від тези про те, що численні варіанти ігор із мовою та текстами мають єдину *семіотичну сутність*, оскільки метою останніх є творення нового знаку в процесі відображення попереднього (Бразговская, 2008, с. 102), одним із способів реалізації мовної гри в наративному просторі прозового тексту є *конструювання нелінійної / нелінійної оповіді*.

Нелінійне письмо заперечує принцип мислення та читання по горизонталі (Бразговская, 2008, с. 102), тобто хронологічно послідовне в просторі та часі зображення подій та/чи дій

в оповіді, що дозволяє письменнику конструювати численні ймовірні виміри персонажного буття у творі за допомогою ретроспекцій у минуле або проспекцій у майбутнє. Серед світопоряджувальних ресурсів *нелінійності* художнього наративу виокремлюємо такі:

- подолання іконічного принципу відображення персонажного буття у тексті;
- творення нескінченної оповіді;
- багатовимірність подій та/чи дій у творі;
- перехід від інформативного фрагменту одного тексту до контекстів інших просторів культури;
- інтерактивний характер процесу оповідання.

Je suis seul ici, maintenant à l'abri. Dehors il pleut, dehors on marche sous la pluie en courbant la tête, s'abritant les yeux d'une main tout en regardant quand même devant soi, à quelques mètres devant soi, quelques mètres d'asphalte mouillé; dehors il fait froid, le vent souffle entre les branches noires dénudées; le vent souffle dans les feuilles, entraînant les rameaux entiers dans un balancement, dans un balancement, balancement, qui projette son ombre sur le crépi blanc des murs. Dehors il y a du soleil, il n'y a pas un arbre, ni un arbuste, pour donner de l'ombre, et l'on marche en plein soleil, s'abritant les yeux d'une main tout en regardant devant soi, à quelques mètres seulement devant soi, quelques mètres d'asphalte poussiéreux où le vent dessine des parallèles, des fourches, des spirales.

Ici le soleil n'entre pas, ni le vent, ni la pluie, ni la poussière. La fine poussière qui ternit le brillant des surfaces horizontales, le bois verni de la table, le planché ciré, le marbre de la cheminée, celui de la commode, le marbre fêlé de la commode, la seule poussière provient de la chambre elle-même: des raies du plancher peut-être, ou bien du lit, ou des rideaux, ou des cendres dans la cheminée (Robbe-Grillet A., 1959, p. 1).

В ініціалній сцені роману оповідь розпочинається гомодієгетичним оповідачем, утіленим займенником 1-ї особи однини *je* (*je suis seul*), що локалізує себе в просторі (*ici, maintenant à l'abri*) відносно предметів (*la table, le planché, la cheminée, la commode*) або їхніх відображень на дзеркальній і полірованій поверхнях (*le brillant des surfaces horizontales, le bois verni, le planché ciré, le marbre de la cheminée*), проте жодним чином не ідентифікує себе. Оповідач представляє світ, який складається суто з об'єктів матеріального гатунку та явищ природи, при цьому досить показовою є естетика кінематографу як *свідомий прийом зображальності* (Мочернюк, 2005, с. 69), який надає змогу письменникові створювати можливі світи персонажного буття, застосовуючи прийоми *напливу, фіксації та деталізації / центрвання* того, що потрапляє до об'єктива камери.

Ознакою семантики “кадрування” вважають не лише фокусування уваги на окремих фрагментах оповіді як певних епізодах кінооповіді, а й їхню подальшу постдинамізацію (Пижаповић П., 1992, с. 124).

У наративному просторі аналізованого роману наведені вище техніки “кадрування” текстуалізовані через:

– аритмічну послідовність коротких планів і несподіваних купюр: *Je suis seul ici, maintenant à l'abri. Dehors il pleut, dehors on marche sous la pluie en courbant la tête; dehors il pleut [...] dehors il y a du soleil* для формування в оповіді ефекту швидкої зміни кадру;

– використання анафоричних конструкцій *dehors il pleut [...] dehors il fait froid [...] dehors il y a du soleil [...]* у структурі складнопідрядного речення, чим уможливлений “наплив” камери, що супроводжується фіксацією погляду на певному фрагменті опису;

– подальшу деталізацію й візуалізацію побаченого завдяки синтаксичній фігурі лексичного повтору, а саме епанаси: *[...] s'abritant les yeux d'une main tout en regardant devant soi, à quelques mètres seulement devant soi, quelques mètres d'asphalte poussiéreux où le vent dessine des parallèles, des fourches, des spirales; le vent souffle dans les feuilles, entraînant*

les rameaux entiers dans **un balancement, dans un balancement, balancement, qui projette son ombre sur le crépi blanc des murs**, якою започатковано ефекти подовження створеної картинки-кадру та деякого розгойдування *візуалізованого лабіринту*, з урахуванням денотативного значення повторюваної семи *balancement* n.m.: “mouvement alternatif et lent d’un corps, de part et d’autre de son centre d’équilibre ⇒ bercement, branle, oscillation, vacillement, va-et-vient” (Dictionnaire Le Petit Robert électronique, 1997): *un balancement, dans un balancement, balancement, qui projette son ombre*;

– принцип ланцюгової сув’язі як стилістичний засіб повторення або подвоєння останнього слова чи групи слів одного речення на початку наступного, що підсилює внутрішню спаяність оповіді: незважаючи на це, кожна річ є самодостатньою одиницею й існує сама по собі: [...] *s’abritant les yeux d’une main tout en regardant devant soi, a quelques metres seulement devant soi, quelques metres d’asphalte poussiéreux ou le vent dessine des parallèles, des fourches, des spirales. Ici le soleil n’entre pas, ni le vent, ni la pluie, ni la poussière. La fine poussière qui ternit le brillant des surfaces horizontales, le bois verni de la table, le planchû cirû, le marbre de la cheminûe, celui de la commode, le marbre fklû de la commode, la seule poussière provient de la chambre elle-même: des raies du plancher peut-être, ou bien du lit, ou des rideaux, ou des cendres dans la cheminûe.*

Саме завдяки зближенню кінематографічного й художнього складників у мистецькій естетиці ХХ ст. у наративному просторі роману А. Роб-Грійє маємо своєрідний ритмічний малюнок, який підсилює *монтажний* і дещо *неприродний / спотворений* характер буття головного персонажа.

Крім того, у художньому наративі “Dans le Labyrinthe” техніка використання *інтерсеміотичного перекодування* (Татаренко, 2010, с. 164) уможливорює не лише поєднання словесного й видимого зображень, але й візуально передає звук:

Noir. Déclit. Clarté jaune. Déclit. Noir. Déclit. Clarté grise. Déclit. Noir. Et les pas qui résonnent sur le plancher du couloir. Et les pas qui résonnent sur l’asphalte, dans la rue figée par le gel. Et la neige qui commence à tomber. Et la silhouette intermittente du gamin qui s’amenuise, là-bas, de lampadaire en lampadaire (Robbe-Grillet A., 1959, с. 20).

Цитований фрагмент оповіді вибудовується на *одитивно-візуальній синестезії* як вираженні за посередництвом мовних знаків фізіологічних асоціацій між даними різних видів відчуттів. Маємо на увазі вербалізацію блукання солдата нічними вулицями міста-лабіринту в можливому світі-симулякрі, що вирізняється власними не лише візуальними, а й звуковими (аудіальними) вимірами. Так, *синестезії*, які текстуалізовані тут іменниками *noir* n.m., *déclit* n. m. і *clarté* n. f., є семантично конгруентними, що виявляється в їхніх повторях у певних сегментах твору: *Noir. Déclit. Clarté jaune. Déclit. Noir. Déclit. Clarté grise. Déclit. Noir.*

Повторення цитованих слів-імпульсів (Яременко, 2003, с. 8) слугує експлікації смислової й емоційної інформації, що активно впливає на формування художнього образу (Яременко, 2003, с. 8) *блукання й дезорієнтації* військового. Сема *темрява*, зважаючи на лексичний інваріант іменника *noir* n.m.: “ténèbres, nuit ⇒ obscurité” (Dictionnaire Le Petit Robert électronique, 1997), позначає *темну пору доби*, що асоціюється в оповіді з хаотичним і несвідомим переміщенням у мовчазній пітьмі лабіринту будинків, кварталів і вулиць.

Водночас сема *клацання*, з огляду на інваріантне значення іменника *déclit* n.m.: “bruit sec produit par ce qui se déclenche” (Яременко, 2003, с. 8), уводить своєрідний звуковий ряд, яким порушено нічну тишу в результаті коротких звуків раптового зіткнення рівних поверхонь твердих предметів через дію якого-небудь механізму (СУМ). Припускаємо, що текстова одиниця *clarté* n.f., підсилена прикметниками кольору *jaune* і *gris*, словесно зображає *світло вуличного ліхтаря*, що розгойдується від вітру, а тому освітлює вулицю то жовтим, то неяскравим і тьмяним спектрами.

Відзначимо, що в аналізованому уривку повтор еліптичних називних речень (*Noir. Déclit. Clarté jaune. Déclit. Noir. Déclit. Clarté grise. Déclit. Noir*) надає оповіді певної статичної описовості, а їхнє сполучення з простими, але повними реченнями (*Et les pas qui résonnent sur le plancher du couloir. Et les pas qui résonnent sur l'asphalte, dans la rue figée par le gel. Et la neige qui commence à tomber*) візуалізує ефект своєрідної акустичної луни, зокрема й за рахунок лексичного повторення словосполучення *les pas qui résonnent*, яке позначає відбиття звуків при ходьбі, ураховуючи денотативне значення дієслова *résonner* v.intr.: “produire un son accompagné de résonances P sonner, tinter” (Dictionnaire Le Petit Robert électronique, 1997); *Noir. Déclit. Clarté jaune. Déclit. Noir. Déclit. Clarté grise. Déclit. Noir. Et les pas qui résonnent sur le plancher du couloir. Et les pas qui résonnent sur l'asphalte, dans la rue figée par le gel. Et la neige qui commence à tomber*.

Акустичний образ *відлуння* підсилено також і вживанням сполучника *et* як ритмотворчої частки на початку кожного нового речення: *et les pas qui résonnent sur le plancher du couloir. Et les pas qui résonnent sur l'asphalte, dans la rue figée par le gel. Et la neige qui commence à tomber. Et la silhouette intermittente du gamin qui s'amenuise, là-bas, de lampadaire en lampadaire*.

Візуалізовані зображення (*noir, clarté jaune, clarté grise*) й аудіальні образи (*déclit, les pas qui résonnent*) породжують фізичні відчуття дезорієнтації й ізольованості солдата, що блукає в *лабіринті* як деякому можливому світі-симулякрі, або світі Я-оповідача, який спостерігає крізь вікно чи камеру об'єктива за зимовим пейзажем. Нагнітання звуків, які линуць звідкись, оточують, повторюються, а згодом припиняються, в оповіді відображено візуальною картиною снігопаду: *et la neige qui commence à tomber* як символу абсолютної тиші і порожнечі. Так, можливий світ Я-оповідача, наповнений речами-симулякрами, “озвучується” словесними засобами, що відтворюють звук і картину через слово (Ткачук, 2007, с. 455).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Підбиваючи підсумки, зазначимо, що з позицій художнього текстотворення в романі А. Роб-Грійє “Dans le Labyrinthe” *лабіринт* як лейтмотивний образ перетворено на внутрішньоформний центр, що слугує основним нарагивним принципом твору. Лабіринт постає знаково-мовною структурою реалізації наративної стратегії “експресія”, оскільки програмує оповідь з ознаками порушення темпоральної послідовності, дезорієнтації і сплутування всієї системи текстових смислів. Результати цієї розвідки дають змогу окреслити перспективи подальшого дослідження текстотворення в інших жанрах дискурсивних практик у прагматичному або крос-культурному аспектах.

ЛІТЕРАТУРА

- Бразговская, Е. Е. (2008). *Языки и коды. Введение в семиотику культуры*. Пермь: Пермск. гос. пед. ун-т.
- Витгенштейн, Л. (2005). *Избранные работы. Логико-философский трактат*. Москва: Изд. дом “Территория Будущего”.
- Гапон, Л. А. (1990). *Поэтика романов А. Роб-Грийе: строение и функционирование художественного текста*. (Дисс. канд. філол. наук). Санкт-Петербург. Взято з <http://www.dissercat.com/content/poetika-romanov-alena-rob-griie-stroenie-i-funktsionirovanie-khudozh-teksta>.
- Луцак, С. М. (2002). *Внутрішня організація прозового тексту (на матеріалі художніх творів Івана Франка)*. (Дис. канд. філол. наук). Івано-Франківськ.
- Моклиця, М. В. (1999). *Модернізм як структура. Філософія. Психологія. Поетика*. (Дис. докт. філол. наук). Луцьк.
- Мочернюк, Н. Д. (2005). *Сновидіння в поезиці романізму: часо-просторова специфіка*. (Дис. канд. філол. наук). Львів.
- Осипова, Н. О. (1999). *Пасторальные мотивы в русской поэзии первой трети XX в. Пастораль в системе культуры: метаморфозы жанра в диалоге со временем*. (с. 5–22). Москва.

- Пијаповић, П. (1992). *Проза Данила Киша*. Приштина: Јединство; Горњи Милановац: Дерје новине; Подгорица: Октоух.
- Татаренко, А. Л. (2010). *Поетика форми в прозі постмодернізму (досвід сербської літератури)*. Львів: ПАІС.
- Ткачук, М. П. (2007). *Наративні моделі українського письменства*. Тернопіль: ТНПУ, Медобори.
- Яременко, Н. В. (2003). *Проза Ю. Яновського, О. Довженка, О. Гончара середини ХХ ст.: і інтенсифікація образності засобом повтору*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Дніпропетровськ.
- Foroughi, H., Djavari, M.-H. & Heidari, S. (2013). L'errance narrative chez Alain Robbe-Grillet. Le cas d'étude : Dans le labyrinthe. *Recherches en Langue et Littérature Françaises: Revue de la Faculté des Lettres*. (Vol. 7, № 11, pp. 1–16). Retrieved from france.tabrizu.ac.ir/pdf_523_23fc18d409d550c.

ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА

- Словарь культуры XX века* / Взято з <http://www.philosophy.ru/>
- СУМ – *Словник української мови в 11 томах*. Взято з <http://sum.in.ua>
- Dictionnaire Le Petit Robert électronique / Version électronique du Nouveau Petit Robert, dictionnaire analogique et alphabétique de la langue française. – P. : Bureau van Dijk, 1997. – Електрон. опт. диск (CD-ROM). – Сист. вимоги : 2-х CD-ROM drive, VGA monitor, mouse, windows 3.1 or better, 386 microprocessor, 4 MB RAM, 3VD hard drive space. – Назва з титул. екрану.

ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Robbe-Grillet A. (1959). *Dans le Labyrinthe*. P: Éditions de Minuit.

REFERENCES

- Brazgowskaia, Ye.Ye. (2008). *Yazyki i kody. Vvedeniie v semiotyku kul'tury*. Perm': Permsk. hos. ped. un-t.
- Vithenshtejn, L. (2005). *Izbrannyye raboty. Logiko-filosofskij traktat*. Moskva: Izd. dom "Territoria Budushego".
- Hapon, L. A. (1990). *Poetika romanov A. Rob-Hrije: stroieniie i funktsionirovaniie khudozhestvennogo teksta*. (Diss. kand. filol. nauk). Sankt-Peterbug. Vziato z <http://www.dissercat.com/content/poetika-romanov-alena-rob-griie-stroenie-i-funktsionirovanie-khudozh-teksta>.
- Lutsak, S. M. (2002). *Vnutrishnia orhanizatsiia prozovoho tekstu (na materialy khudozhnikh tvoriv Ivana Franka)*. (Dys. kand. filol. nauk). Ivano-Frankivs'k.
- Moklytsia, M. V. (1999). *Modernizm iak struktura. Filosofii. Psykholohiia. Poetyka*. (Dys. dokt. filol. Nauk). Luts'k.
- Mochniuk, N. D. (2005). *Snovydninia v poetytsi romantyzmu: chaso-prostorova spetsyfika*. (Dys. kand. filol. nauk). L'viv.
- Osyppova, N. O. (1999). *Pastoral'nyie motivy v russkoj poezii pervoj treti XX v. Pastoral' v sisteme kul'tury: metamorfozy zhanra v dialoge so vremenem*. (s. 5–22). Moskva.
- Pyjanovyh, P. (1992). *Proza Danyla Kysha. Pryshtyna: Jedynstvo; Horn'y Mylanovats: Derje novyne; Podhorytsa: Oktoukh*.
- Tatarenko, A. L. (2010). *Poetyka formy v prozi postmodernizmu (dosvid serbs'koi literatury)*. L'viv: PAIS.
- Tkachuk, M. P. (2007). *Naratyvnii modeli ukrains'koho pys'menstva*. Ternopil': TNPU, Medobory.
- Yaremenko, N. V. (2003). *Proza Yu. Yanov'skoho, O. Dovzhenka, O. Honchara seredyiny XX st.: intensyfikatsiia obraznosti zasobom povtoru*. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Dnipropetrovs'k.
- Foroughi H., Djavari M.-H. & Heidari S. (2013). L'errance narrative chez Alain Robbe-Grillet. Le cas d'étude : Dans le labyrinthe. *Recherches en Langue et Littérature Françaises: Revue de la Faculté des Lettres*. (Vol. 7, № 11, pp. 1–16). Retrieved from france.tabrizu.ac.ir/pdf_523_23fc18d409d550c.

Slovar' kul'tury XX veka / Vziato z <http://www.philosophy.ru/>

SUM – Slovnyk ukrains'koi movy v 11 tomakh. Vziato z <http://sum.in.ua>.

Dictionnaire Le Petit Robert électronique / Version électronique du Nouveau Petit Robert, dictionnaire analogique et alphabétique de la langue française. – P. : Bureau van Dijk, 1997. – (CD-ROM): 2-x CD-ROM drive, VGA monitor, mouse, windows 3.1 or better, 386 microprocessor, 4 MB RAM, 3VD hard drive space.

Robbe-Grillet A. (1959). *Dans le Labyrinthe*. P: Éditions de Minuit.

Дата надходження до редакції 11.01.2018 р.

Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 81.23

ТЕКСТООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ АССОЦИАТИВНЫХ ПОЛЕЙ

ХОМИЧ В. В.

аспирант

Минский государственный лингвистический университет
viktoriaikhomich@gmail.com

В статье рассматривается ассоциативная структура текста короткого рассказа на английском языке *The Legend of the Christmas Tree L. Wheelock* (“Легенда Рождественского дерева”), которая представляет собой модель текста, отражающую семантические связи между его словесно-ассоциативными полями. Приводятся также определения ассоциативного поля слова и ассоциативного поля текста; рассматривается их лексическое наполнение и структура. Ключевые слова рассматриваются как основа текстового ассоциативного поля. Представлены ассоциативные поля отдельных ключевых слов, а также текстовое ассоциативное поле всего рассказа. Материалом для построения ассоциативных полей выступают ключевые слова текста и связанные с ними на основании ассоциативно-смысловой близости лексические единицы. Описывается семантическое ядро текста, играющее ведущую роль в процессе текстообразования. Доказывается, что ни одно из ассоциативных полей не существует обособленно, все ассоциации тесно связаны и между собой внутри полей, и с основной идеей текста, тем самым создавая его ассоциативную структуру. Выявляются текстообразующие направления ассоциирования, связанные с функционированием словесно-ассоциативных полей в тексте. Подтверждается идея о том, что имеющийся в сознании говорящего лексикон должен быть готов к порождению текстов. Показывается насколько важен процесс ассоциирования при создании текста и при его восприятии, какую роль он играет в диалоге автора с читателем.

Ключевые слова: текст, ассоциативное поле, ассоциативная структура, семантическое ядро, ключевое слово, ассоциация, текстообразование.

ТЕКСТОТІВНА ФУНКЦІЯ АСОЦІАТИВНИХ ПОЛІВ

ХОМИЧ В. В.

аспірант

Мінський державний лінгвістичний університет
viktoriaikhomich@gmail.com

У статті досліджено асоціативну структуру тексту короткого оповідання англійською мовою *The Legend of the Christmas Tree L. Wheelock* (“Легенда Різдвяного дерева”). Доведено, що асоціативна структура тексту відображає семантичні зв’язки між його словесно-асоціативними полями. З’ясовано лексичне наповнення й структуру асоціативного поля слова і асоціативного поля тексту.

Звернено особливу увагу на ключові слова як основу текстового асоціативного поля. Представлені асоціативні поля окремих ключових слів, а також текстове асоціативне поле усієї розповіді. Матеріалом для побудови асоціативних полів слугують ключові слова тексту і пов’язані з ними на підставі асоціативно-смісловий близькості лексичні одиниці.

Описано семантичне ядро тексту, що відіграє провідну роль у процесі текстотворення. Установлено, що жодне з асоціативних полів не існує відокремлено, усі асоціації тісно пов’язані і між собою всередині полів, і з основною ідеєю тексту і в такий спосіб формують його асоціативну структуру.

Виявлено текстотвірні напрямки асоціювання, пов’язані з функціонуванням словесно-асоціативних полів у тексті. Обґрунтовано ідею про те, що наявний у свідомості мовця лексикон повинен бути готовий до породження текстів.

Наголошено, що процес асоціювання дуже важливий для створення тексту і для його сприйняття, саме він відіграє важливу роль у діалозі автора з читачем.

Ключові слова: текст, асоціативне поле, асоціативна структура, семантичне ядро, ключове слово, асоціація, текстотворення.

TEXT-FORMING FUNCTION OF ASSOCIATIVE FIELDS

KHOMICH Victoriia Victorivna

PhD student

Minsk State Linguistic University

viktoriahkhomich@gmail.com

Introduction. Text-forming function of lexico-stylistic devices in literary texts is always in the center of philological investigations. The paper focuses on the text-forming function of associative fields in short story *The Legend of the Christmas Tree* by L. Wheelock.

Purpose. The paper aims at modelling associative fields, which perform text-forming function. The main interest is concentrated on a model of the text, which reflects the semantic links between its verbal-associative fields.

Methods. The research is grounded on the method of contextual analysis, the method of modelling the semantic fields, theory of imaginary fields, textual interpretative analysis.

Results. The definitions of the word-associative field and the associative field of the text are presented in the paper. Their lexical content and structure are examined. Key words are considered as the basis of the text associative field. The paper has the description of the associative field composed by keywords, as well as the textual associative field of the whole story. The material for constructing associative fields is the following: the keywords of the text and the lexical units associated with them on the basis of associative-semantic proximity. The semantic core of the text, which plays a leading role in the process of text formation is described.

Conclusions. It is proved that none of the associative fields exist separately, all associations are closely related to each other within the fields, and to the basic idea of the text, thereby creating its associative structure. The text-forming directions of the associative process connected with the functioning of verbal-associative fields in the text are revealed. The idea that the lexicon in the mind of the speaker should be ready for the generation of texts is confirmed. The importance of the associative process by text-formation and perception is analyzed as well as its role in the author's communication with the reader.

Keywords: text, associative field, associative structure, semantic core, keyword, association, text-forming function

Постановка проблеми. Ассоциативность является важным и наиболее значимым коммуникативным свойством слова, поскольку речемыслительная деятельность человека имеет ассоциативный характер: как только в сознании носителя языка появляется какая-то идея, мысль, образ, они влекут за собой появление других, новых идей, мыслей и образов, семантически связанных с ними. Рассмотрение лексической структуры текста в ассоциативном аспекте является чрезвычайно важным. Под ассоциативной структурой текста понимается “модель, отражающая связь основных направлений ассоциирования, объективно стимулированных в тексте определенной системой знаков и знаковых последовательностей в процессе текстоброзующей и интерпретационной деятельности субъектов” (Карпенко, 2009, с. 112). Центральным звеном ассоциативной структуры текста является его ассоциативное поле, основой которого выступают ключевые слова.

Цель данной статьи – выявление текстоброзующего потенциала ключевых слов и образующихся вокруг них ассоциативных полей на материале короткого англоязычного рассказа *The Legend of the Christmas Tree* L. Wheelock (“Легенда Рождественского дерева”).

При помощи ассоциаций автор художественного произведения создает свой собственный, воображаемый мир и приглашает в него читателя. Читатель же, в свою очередь, пытается

перенести этот мир в свою реальность, провести аналогии со своей жизнью, найти что-то общее с описываемыми в рассказах событиями, сравнить себя с главными героями. Это все становится возможным благодаря ассоциациям, поскольку ментальный лексикон человека обладает ассоциативным потенциалом, который активируется в момент получения импульса (стимула) и становится готовым к производству своих собственных идей и смыслов, существующих в тексте (Клименко, 2002).

Наиболее ассоциативным считается художественный текст, поскольку ему свойственна образность, и он взывает не только к сознанию читателя, но и к его эмоционально-чувственной стороне. И. Р. Гальперин говорит о том, что “ассоциации в художественном произведении не возникают спонтанно. Они результат творческого процесса, в котором отдаленные, не связанные логическими скрепами представления приобретают вполне понятные связи между описываемыми явлениями” (2006, с. 79).

Анализ последних исследований и публикаций. Известным фактом является и то, что текст художественного произведения представляет собой продукт речемыслительной деятельности человека, а текстовое ассоциативное поле формируется в зависимости от контекста. Ассоциативная деятельность читателя не ограничивается восприятием текста в целом. Элементы и структура текста, личность автора, сюжет, композиция, идея и образы влияют на ассоциативное видение текста. Каждый читатель интерпретирует текст по-своему. Но в тексте всегда есть ключевые слова, понятия, которые в процессе прочтения каждый выделяет сам на основании своих личных переживаний, опыта, восприятия мира, уровня образованности, развитости воображения. Всегда в тексте есть и то, что очевидно для большинства читателей, и то, что могут увидеть лишь некоторые из них, и то, что будет абсолютно новым для всех.

Основная идея текста задает направление ассоциирования, и каждый исследователь при анализе того или иного текста опирается на те принципы, согласно которым он выделяет ключевые слова и моделирует их ассоциативные поля. Моделируемые поля в свою очередь отражают ассоциативную природу ключевых слов и разнообразие вызываемых ими ассоциаций. Это разнообразие обусловлено ещё и тем, что “стимулами для ассоциативной деятельности читателя в данном случае служат не только текст в целом, его элементы и структура, но и личность автора, сюжет, композиция, идеи и образы, присутствующие в тексте” (Верескун, 2012, с. 126).

Текстовые ассоциативные поля играют важную роль в лексической структуре текста, поскольку она состоит из ключевых слов и их ассоциативного окружения и выявляется в ходе анализа текста с точки зрения его ассоциативного наполнения. При организации лексической структуры текста и его лексико-семантической упорядоченности в процессе его порождения текст рассматривается “как сложно организованная сеть ассоциатов, в образовании которой участвуют ассоциативно-смысловые поля ключевых слов, значимые для познавательной деятельности адресата” (Болотнова, 2003, с. 34). Однако А. Е. Супрун указывал на то, что лексическая структура текста определяется отбором слов для данного текста, который происходит на основании тематических проблем, освещенных в нем. Отбор слов и их значений в тексте чрезвычайно важны для его лексической структуры, одним из главных компонентов которой являются ассоциативные поля, содержащие тематические группы и тематически организованные цепочки слов, возникающие согласно закономерностям построения текста и внутренней стороны его лексической организации (Супрун, Клименко, 2017).

Текст – это явление динамичное, которое всегда развивается с учётом окружающей действительности. Поэтому и лингвисты, и психологи, и психолингвисты уделяют большое внимание созданию и восприятию текста как части окружающего нас мира. Стимулом к созданию текста является окружающая действительность, сама жизнь, которая ставит проблемы и формирует мотивы.

Многие исследователи-лингвисты предлагают в качестве текстообразующих элементов рассматривать ключевые слова текста и слова, с ними ассоциирующиеся, то есть входящие в их словесно-ассоциативное поле.

В ряде работ Н. С. Болотновой, Ю. Н. Караулова, А. Е. Супруна, А. П. Клименко отмечается, что коммуникативные свойства слова, включая его текстообразующие возможности, обусловлены его ассоциативными связями. Эти ассоциативные связи можно рассмотреть внутри ассоциативных полей, создаваемых вокруг ключевых слов рассказа.

Под ассоциативным полем, вслед за А.П. Клименко, мы понимаем все слова – реакции на заданное слово-стимул (Клименко, 1974). Слово-стимул – это ключевое слово в тексте, поскольку именно оно является стимулом к ассоциативной деятельности автора и читателя. Ассоциативное поле слова отражает его коммуникативный потенциал, включая текстообразующие возможности (Болотнова, 2003). Однако наряду со словесным ассоциативным полем, различают и текстовое ассоциативное поле, под которым понимается “система стимулированных текстом в сознании адресата вербальных ассоциаций, организованных по принципу поля, имеющего ядро (наибольшие частотные ассоциации) и периферию” (Болотнова, 2003, с. 278). Эту систему вербальных ассоциаций и представляют все ассоциативные поля выбранных ключевых слов в тексте.

Изложение основного материала исследования. На примере небольшого художественного рассказа на английском языке *The Legend of the Christmas Tree* (“Легенда Рождественского дерева”) *L. Wheelock* (*Л. Уиллок*) рассмотрим более подробно текстообразующую направленность словесно-ассоциативных полей.

The Legend of the Christmas Tree (“Легенда Рождественского дерева”) – это трогательная легенда о доброте маленьких детей, рассказ о том, как дети приютили голодного и замерзшего странника холодной зимой, и в знак благодарности он подарил им Рождественское дерево. Основной темой рассказа выступает история Рождественского дерева, главной идеей – доброта и вознаграждение за добрые дела.

Текст этого художественного произведения создается вокруг четырех подтем, затрагиваемых автором:

- добрые маленькие дети, приютившие ребенка-странника;
- ребенок-странник в холодную зимнюю ночь;
- маленький странник после его знакомства с детьми;
- Рождественское дерево, подаренное детям.

Основой каждой из этих подтем в тексте рассказа являются ключевые слова: *child*, *Christ Child*, *place*, *tree* и *cold*, каждое из которых формирует вокруг себя ассоциативное поле из тех слов, которые в тексте ассоциируются друг с другом.

Каждая подтема представляет собой текстовое ассоциативное поле, создаваемое вокруг ключевого слова и наполненное словами, семантически связанными и с ключевыми словами, и между собой.

Представим набор ключевых слов рассматриваемого художественного текста и слов, с ними ассоциирующихся, в виде следующей таблицы:

<i>child</i>	<i>Christ Child, children, stranger, band of children, soft voice, little, kind, good, cold, warm, , tired, ran, cried, shoes, garments,</i>
<i>Child Christ</i>	<i>cold, hungry, shivering, tired, warm, little stranger, child ragged, hungry, sweet, peace, happiness</i>
<i>cold</i>	<i>warm, child, garments, winter, night, outside, shivering, hungry</i>
<i>place</i>	<i>world, house, fire, supper, bed, door, outside, bench, seat</i>
<i>tree</i>	<i>Christ Child, year, winter, fir tree, branch, planted, ground, grew, rich fruit, great, wonderful, golden</i>

В тексте этого рассказа ассоциативное поле ключевого слова *child* функционирует в качестве основного текстового ассоциативного поля рассказа, поскольку оно реализует три первые из вышеназванных подтем.

Основная идея текста, легенда о происхождении Рождественского дерева, история о доброте и отзывчивости реализуется при помощи образов *small children* и *Christ child*. Описание образов главных героев и создает вокруг себя текст, поскольку между лексическими единицами в ассоциативных полях этих слов возникают семантические связи, не только отражающие главную идею рассказа, но и дающие читателю возможность задуматься над текстом и глубже понять главный смысл произведения.

Так как в тексте выделяется не одно, а несколько ключевых слов, то для понимания основной идеи необходимо установить тесную связь между ассоциативными полями этих слов. Все они связаны не только смысловой близостью с основной темой рассказа, но и с лексическими средствами ее выражающими. Например, *Child Christ* и *Christmas Tree* традиционно связаны между собой во многих произведениях литературы и искусства, этот образ присутствует в сознании многих из нас, поэтому, еще не дочитав легенду до конца, мы ее предвосхищаем, предчувствуем и ждем, какова будет ее интерпретация в данном тексте. То, что есть в нашем сознании, зачастую отражено и в художественных текстах, поскольку существуют стереотипные ассоциации с общепринятыми предметами и явлениями, описание которых и помогает авторам создавать тексты, близкие и понятные читателям.

В работах А. П. Клименко не раз отмечалось, что лексикон как часть языкового устройства должен быть готов к порождению текстов. Такая готовность должна обеспечиваться “устройством лексикона в сознании говорящего”. На этом и основывается механизм лексического ассоциирования (1974, 2002). А вот как именно лексикон устроен в сознании говорящего, остается загадкой, которую ученые-психолингвисты пытаются разгадать уже давно.

Как и все слова в языке, слова в тексте обладают ассоциативными связями, которые обнаруживаются при создании словесно-ассоциативных полей текста. И если ассоциативные поля в речи не ограничиваются одной темой, ассоциирование идет по разным направлениям, то использование слова в тексте накладывает определенные ограничения на его значение. Текстовые ассоциативные поля ограничены заданной темой и основной идеей текста.

Тема холодной зимы и душевных переживаний проходит через весь рассказ. И поскольку в каждом тексте есть семантическое ядро, создающееся вокруг главной темы и идеи рассказа, то в рассматриваемом тексте оно представлено ключевыми словами рассказа, а именно словами, в которых заключена основная мысль автора и его творческий замысел. Ассоциативные поля, образованные вокруг выбранных ключевых слов, будут теми элементами, которые образуют вокруг этого семантического ядра текст. Графически это представлено на рисунке 1.

Рисунок 1 представляет собой семантическое ядро текста, которое является основным элементом в процессе текстообразования. В его состав входят ключевые слова, под которыми понимаются основные лексические единицы, влияющие на образование смысла создаваемого текста (*child, place, stranger, cold, tree*), и тематически связанные с ними ассоциации, как стереотипные (*cold -winter, shivering*), так и единичные авторские (*cold -hungry, darkness*). В зависимости от той идеи, которую автор хочет донести, и формируется текст вокруг этого ядра. Для этого автор выбирает те лексические средства, которые будут отражать его идеи, те слова, при помощи которых он сможет передать в тексте произведения свои мысли и чувства.

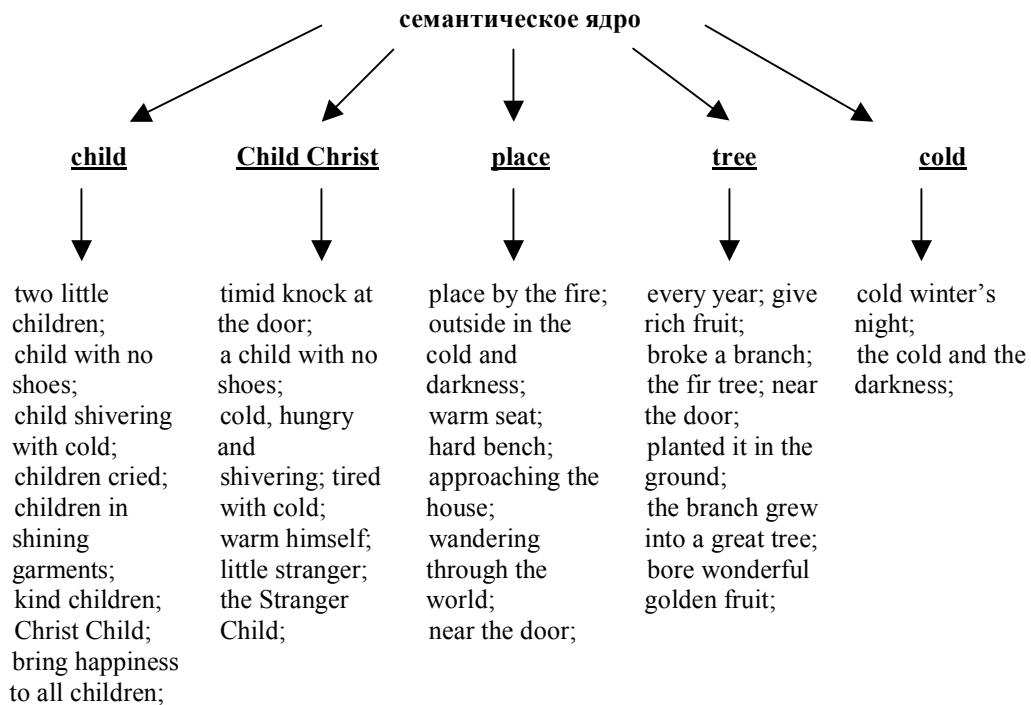


Рис. 1

Рисунок 1 представляет собой семантическое ядро текста, которое является основным элементом в процессе текстообразования. В его состав входят ключевые слова, под которыми понимаются основные лексические единицы, влияющие на образование смысла создаваемого текста (*child, place, stranger, cold, tree*), и тематически связанные с ними ассоциации, как стереотипные (*cold – winter, shivering*), так и единичные авторские (*cold – hungry, darkness*). В зависимости от той идеи, которую автор хочет донести, и формируется текст вокруг этого ядра. Для этого автор выбирает те лексические средства, которые будут отражать его идеи, те слова, при помощи которых он сможет передать в тексте произведения свои мысли и чувства.

По утверждению Н. С. Болотновой, “ассоциативное поле текста включает не только реакции на текст в целом, но и на отдельные лексические единицы, выделенные в нём, иначе говоря, ассоциативное поле слов в той или иной степени входит в ассоциативные поля текста” (2003, с. 20). На представленном рисунке видно, как из ассоциативных полей отдельных слов создается ассоциативное поле всего текста анализируемого рассказа. В центре рисунка семантическое ядро, основа текста; далее выделены все его ключевые слова, под которыми приведены ассоциирующиеся с ними лексические единицы. Сразу отметим, что ключевые слова семантически тесно связаны не только со своими ассоциациями, но и между собой: *child – Christ child – cold – place – tree*. По тексту рассказа видно, что эти ключевые слова идут друг за другом, участвуя в описании происходящих событий. Так, образ маленьких детей в начале рассказа представлен ключевым словом *child* и такими ассоциациями, как: *Christ Child, children, band of children, little, kind, good, warm, ran, cried*. Следующий образ *Christ Child* описывается при помощи таких словесных ассоциаций: *stranger soft voice cold ragged, hungry, tired shoes, garments, sweet, peace, happiness*. Далее описывается место событий: *world, house, fire, supper, bed, door, outside, bench, seat* и Рождественское дерево, которому посвящена легенда: *Christ*

Child, year, winter, fir tree, branch, planted, ground, grew, rich fruit, great, wonderful, golden. Многие из ассоциаций, входящих в ассоциативные поля этих ключевых слов, совпадают: *children, little stranger, warm, cold* другие.

Рассказ *The Legend of the Christmas Tree L. Wheelock* (“Легенда Рождественского дерева”) очень короткий, и именно повторы и частое употребление синонимичных слов позволяет автору в таком небольшом тексте передать несколько идей и показать и поведение маленьких детей во время холодной зимы, и их душевную доброту к странствующему ребенку, и вознаграждение за их доброту – Рождественское дерево.

На рисунке видно, что семантическим ядром текста анализируемого рассказа выступают ключевые слова *child, Christ Child, place, tree* и *cold*. Использование в тексте рассказа каждого из этих слов влечет за собой появление не только отдельных новых слов, но и словосочетаний, которые впоследствии организуются в предложения и в связный текст. Таким образом, процесс текстообразования начинается с возникновения в сознании автора-создателя ассоциаций, связанных с описываемым событием или явлением. Для создания текста эти ассоциации должны быть связаны между собой и по смыслу, и тематически.

Реализация семантического и эмоционально-экспрессивного потенциала этого ассоциативно-образного ядра осуществляется путем ассоциативных связей, возникающих внутри поля, ассоциативно сопряженных с ключевыми словами, составляющими семантическое ядро рассказа. Слово *child* (*ребенок*) традиционно имеет положительную коннотацию, и с ним обычно ассоциируется всё доброе, нежное, маленькое. Образная актуализация ассоциативных признаков смысла в семантической структуре значения слова *child* позволяет автору создать вокруг него словесно-ассоциативное поле, представленное следующими словосочетаниями: *two little children, child with no shoes, child shivering with cold, children cried, children in shining garments, kind children, Christ Child, bring happiness to all children*. По такому же принципу создаются и остальные текстовые ассоциативные поля. Все вместе они способны передать содержание текста и являются его основой, поскольку лексическое ассоциирование имеет текстообразующую направленность. Ассоциативное поле исследуемого рассказа структурируется по стратегиям ассоциирования: *child* → *Christ Child* → *Christmas Tree*.

Это короткий рассказ, но, несмотря на небольшой объем лексических единиц, задействованных в тексте, он построен логически, он является связным и завершённым, и его главная идея раскрывается четко и однозначно. Важность и значимость ассоциативных полей при текстообразовании и реализации основных свойств текста – целостности и связности – очевидна. Важны они и для передачи информации в процессе коммуникации, поскольку на ассоциировании основываются такие психические процессы, как восприятие, понимание и запоминание.

Следует также отметить, что и полевое описание лексики является очень важным при анализе процесса текстообразования, потому что в текстовых словесно-ассоциативных полях слова группируются и на основании смысловой общности, и по наличию семантических связей, что позволяет следить за тем, как эти поля участвуют в процессе создания текстов.

Первично в сознании автора-создателя текста появляется тема, идея и образы, их отражающие. Они передаются при помощи ассоциирующихся с ними слов. Но эти слова не существуют отдельно, они вступают в семантические связи между собой, образуя словосочетания и предложения, из которых впоследствии образуется цельный и связный текст.

В сознании каждого из нас присутствует определенный набор понятий и образов, связанных с окружающей нас действительностью. И как только появляется стимул, эти понятия и образы реализуются при помощи слов. Но они не появляются одни, они влекут за собой и другие понятия и образы, с ними связанные. То же самое происходит и в тексте. Создавая его, автор

опирается на ключевые слова, помогающие ему раскрыть основную тему. Эти ключевые слова и выступают в роли стимулов для ассоциативного процесса, при помощи которого создается текст.

Механизм лексического ассоциирования основывается на том, что лексикон, как часть языкового устройства, должен быть готов к порождению текстов. Такая готовность должна обеспечиваться организацией лексикона в сознании говорящего (Клименко, 2002), а также, по утверждению А. Е. Супруна, “ассоциативные связи слова имеют текстообразующую сущность, потенциально направлены на порождение и восприятие текстов” (Супрун, Клименко, 2017).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Textoобразующая функция словесно-ассоциативных полей очень важна и по той причине, что восприятие текста во многом зависит от тех факторов, при помощи которых текст был образован. Художественные тексты допускают (а порой даже предполагают) различия в их понимании. Эти различия возможно выявить лишь при помощи ассоциаций. У каждого читателя они будут свои, так как каждый читающий и воспринимающий текст интерпретирует его на основании своих личных переживаний, прошлого опыта, уровня образованности, эмоциональности и т.д. И задача любого автора – создать текст, который будет интересен максимальному числу потенциальных читателей. Таким образом, ассоциативная природа текстообразования очевидна: автор предлагает свои стимулы и ассоциации читателю, который, в свою очередь, объединяет их со своими. Так образуется текстовое ассоциативное поле, а в последствии и сам текст.

Исходя из этого, ассоциативное поле со всеми лексическими связями, присутствующими в нем, можно рассматривать как своеобразный текст, хотя оно и имеет свою собственную организацию.

ЛИТЕРАТУРА

- Болотнова, Н.С. (2003). *Филологический анализ текста. Ч. IV: Методы исследования*. Томск: Издательство Томского государственного педагогического университета.
- Верескун, С. А. (2012). Виды ассоциативных полей в когнитивных исследованиях. *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*, 2, 125-131.
- Гальперин, И. Р. (2006). *Текст как объект лингвистического исследования* (изд. 4-е, стереотипное). Москва: КомКнига.
- Караулов, Ю. Н. (2015). Ассоциативный анализ: новый подход к интерпретации художественного текста. *Вопросы психолингвистики*. 3 (25), 14-35. Москва.
- Карпенко, С. М. (2009). К вопросу о типах ассоциативных доминант в лексической структуре поэтического текста (на материале лирики Н. С. Гумилева). *Вестник Томского государственного педагогического университета*, 4, 112-115.
- Клименко, А. П. (1974). *Лексическая системность и ее психолингвистическое изучение: учеб. пособ.* Минск: МГПИИЯ.
- Клименко, А. П. (2002). Textoобразующая направленность ассоциирования *Форма, значение и функции единиц языка и речи: Материалы II научной международной конференции*. 33-34. Минск.
- Сахарный, Л. В. и Штерн, А. С. (1988). Набор ключевых слов как тип текста. *Лексические аспекты в системе профессионально-ориентированного обучения иноязычной речевой деятельности*. 34-51. Пермь: Пермский политехнический ун-т.
- Супрун, А. Е. и Клименко, А. П. (2017). Проблемы изучения лексической структуры текста. *Текст в языке, речи, культуре: сб. науч. ст.* 7-15. Минск: РИВШ.

ИСТОЧНИК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

Wheelock, L. *The Legend of the Christmas Tree* (2006) Взято с <http://www.mainlesson.com/display.php?author=bailey&book=hour&story=tree>

REFERENCES

- Bolotnova, N.S. (2003). Fylolohycheskij analiz teksta. Ch. IV: Metody yssledovaniya. Tomsk: Yzdatel'stvo Tomskoho gosudarstvennogo pedahohycheskoho unyversyteta.
- Vereskun, S. A. (2012). Vydy assotsyatyvnykh polej v kohnyivnykh yssledovaniakh. Yzvestiya Yuzhnogo federal'nogo unyversyteta. Fylolohycheskiye nauky, 2, 125-131.
- Hal'peryn, Y. R. (2006). Tekst kak ob'ekt lynchvystycheskoho yssledovaniya (yzd. 4-e, stereotypnoe). Moskva: KomKnyha.
- Karaulov, Yu. N. (2015). Assotsyatyvnyj analiz: novyj podkhod k ynterpretatsyy khudozhestvennogo teksta. Voprosy psikholynhvystyky. 3 (25), 14-35. Moskva.
- Karpenko, S. M. (2009). K voprosu o typakh assotsyatyvnykh domynant v leksycheskoj strukture poetycheskogo teksta (na materyale lyryky N. S. Humyleva). Vestnyk Tomskoho gosudarstvennogo pedahohycheskoho unyversyteta, 4, 112-115.
- Klymenko, A. P. (1974). Leksycheskaia systemnost' y ee psikholynhvystycheskoe yzuchenye: ucheb. posob. Mynsk: MHPYYYa.
- Klymenko, A. P. (2002). Tekstoobrazuiuschaia napravlennost' assotsyirovaniya. Forma, znachenye y funktsyy edynits iazyka y rechy: Materyaly II nauchnoj mezhdunarodnoj konferentsyy. 33-34. Mynsk.
- Sakharnyj, L. V. i Shtern, A. S. (1988). Nabor kliuchevykh slov kak typ teksta. Leksycheskiye aspekty v sisteme professyonal'no-oryentirovannogo obucheniya ynoiazychnoj rechevoj deiatel'nosti. 34-51. Perm': Permskij polytekhnycheskij un-t.
- Suprun, A. E. i Klymenko, A. P. (2017). Problemy yzucheniya leksycheskoj struktury teksta. Tekst v iazyke, rechy, kul'ture: sb. nauch. st. 7-15. Mynsk: RYVSh.

*Дата надходження до редакції 02.02.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

МОВНА СЕМАНТИКА В ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ТА КОГНІТИВНОМУ ВИМІРАХ

УДК 811.162.3'373.7 : 821.162.3'06

FRAZELOGICKÉ NEOLOGISMY A OKAZIONALIZMY V SOUČASNÉ ČESKÉ LITERATUŘE (na příkladu knihy E. Hauserové “Noc v Mejdlovárně”)

GARBUZOVÁ R.

doktorandka

Kyjevské národní lingvistické univerzity

rada.garbuzova@gmail.com

Ělánek se zabývá otázkou transformace frazeologických jednotek, jejich aktualizací, vznikem neologismů v umileckém stylu. Současný jazyk, jak český, tak i ukrajinský, aktivně reaguje na společenské změny a aktuální problémy v různých oblastech společenského života, což se projevuje v určité míře i ve frazeologii, kde vznikají nové jednotky – frazeologické neologismy. Příkladů některých strukturálních sémantických změn frazeologismů a vznik autorských okazionalizmů jsou proanalyzovány na příkladu knihy Evy Hauserové *Noc v Mejdlovárně*. Příklad do ukrajinštiny a porovnání ekvivalentnosti potvrzuje teorii, že frazeologizmy a stejní tak i frazeologické neologismy nejsou vždy jednoznačně a snadno transponovatelné do jazyka jiného. Dané bádání otevírá perspektivy pro další studium a analýzu českých frazeologických neologismů a jejich překlad do ukrajinštiny. Z didaktického hlediska umístění do výuky frazeologizmů a neofrazeologizmů rozhodně oživuje studium cizího, v našem případě českého, jazyka, obohacuje lexikální zásobu i lingvokulturní znalosti studentů, rozšiřuje jejich komunikativní možnosti, čímž jim umožňuje poznat ve vši hloubce krásu českého jazyka.

Klíčová slova: modifikace frazeologických jednotek, transformace frazeologizmů, individuální autorské aktualizace frází, okazionalizmy, frazeologické neologismy.

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ НЕОЛОГІЗМИ Й ОКАЗІОНАЛІЗМИ В СУЧАСНІЙ ЧЕСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ (на прикладі твору Е. Гаусерової “Ніч у Мейдловарні”)

ГАРБУЗОВА Радка

аспірант

Київський національний лінгвістичний університет

rada.garbuzova@gmail.com

Мета статті – виявити frazeologічні neologізми й okazіonalізми в сучасній чеській літературі й проаналізувати механізми та функції їхньої трансформації, а також визначити оптимальні способи перекладу їх українською мовою.

Методи. Дослідження виконано із застосуванням методів компонентного аналізу, структурно-семантичного аналізу та контекстуального аналізу.

Результати. Проаналізовано основні підходи чеських та українських лінгвістів до витлумачення frazeologізмів, порівняно різні класифікації frazeologічних одиниць та джерела їх виникнення в чеській та українській мовах.

Доведено, що сучасна чеська література містить багато прикладів структурно-семантичної видозміни frazeologізмів. Одним із прикладів власне авторської інтерпретації може слугувати роман чеської письменниці Еди Гаусерової “Ніч у Мейдловарні”. Зібраний матеріал дав змогу простежити, як часто автор вдавалася до індивідуально-авторського перетворення чеських frazeologізмів, наскільки авторська заміна змісту frazeologічних

одиниць відрізняється від їхнього загальноживаного значення. Усі прийоми авторської трансформації фразеологізмів систематизовано, визначено стилістичні функції таких трансформацій.

Обґрунтовано поняття *фразеологічної інновації*, з'ясовано його комунікативно-прагматичні особливості, стилістичні функції, окреслено лінгвокультурний потенціал.

Також розглянуто труднощі, які виникають при перекладі чеських авторських фразеологізмів українською мовою. Наголошено, що в перекладах трансформованих фразеологічних одиниць важливо дотримуватися принципів семантичної ідентичності та збереження лінгвокультурної інформації. Запропоновано нормативні українські відповідники до особливо оригінальних чеських фразеологічних інновацій. Відзначено семантичні та стилістичні відмінності деяких фразеологізмів – корелятив у зіставлюваних мовах.

Висновки. Аналіз текстів засвідчив, що фразеологічні одиниці служать цінним джерелом довідкової інформації про національну культуру та менталітет. У пошуках унікальних засобів для вираження своїх думок письменники використовують експресивну здатність фразеологічних одиниць, тому все частіше пропонують читачам модифіковані варіанти. Уживання модифікованих фразеологічних одиниць сприяє яскравості, самобутності тексту та нетривіальному вираженню авторських думок.

Ключові слова: трансформація фразеологізмів, індивідуально-авторські перетворення, оказіоналізми, модифікації фразеологічних одиниць, виражально-образжальні засоби.

PHRASEOLOGICAL NEOLOGISMS AND OCCASIONALISMS IN MODERN CZECH LITERATURE

(in a novel “Night in Meidlovarna” by czech writer Eva Hauserova)

GARBUZOVA Radka

PhD student

Kyiv National Linguistic University

rada.garbuzova@gmail.com

Introduction. Language is stipulated with the operation and interaction between the traditional, regulatory signs and non-traditional, innovative units in it. Pre-requisites and consequences of unconventional use of established collocations, as well as the linguistic potential of phraseological units with the modified form / semantics / context are actively studied by linguists working in a topical communicative-and-pragmatic field of linguistics. While the study of the factors, which stipulate the choice of phraseological units in the course of arranging the formulation, and the motives or reasons of a speaker's non-compliance with the established convention while their use, the researchers focus on various communicative areas, i.e. the areas of phraseological units operation. Phraseological innovation should be deemed, based on the experience of the major Czech phraseological school, as any transformation, which makes any deviations from the modern Czech phraseological standard established in the codification sources obvious in the semantic and / or formal structure of a traditional phraseological unit. In belles-lettres texts, phraseological units serve as a valuable source of background information about the national culture and mentality. The writers, in their search for unique means for expression of their thoughts, attempt to expand the expressive ability of the phraseological units, therefore they tend to offer the readers the modified variants of them more and more often. Such creative modification of a phraseological unit makes a text unique and novel. The paper focuses on determining the idioms and phraseological units transformations in the novel “Night in Meidlovarna” by Czech writer Eva Hauserová. The paper suggests the ways of idioms and phraseological units author's transformations.

Purpose. Comparison of phraseological stock in various languages primarily witnesses of historical contacts, the unity of geographical territory or – vice versa – of various natural or social circumstances. Comparative analysis of two languages can reveal abundant linguoculturological and folklore information.

Methods. The research is grounded on the methods of componential analysis, structural and semantic analysis, and contextual analysis.

Results. The article deals with issues of transformation of Czech phraseological units in belles-lettres texts and their translation into Ukrainian. Modern Czech literature is rich in the examples of structural and semantic modifications of the phraseological units. As an example of author's interpretation, a novel by Czech writer Eva Hauserová "Night in Mejdlovarna" (Nights at Party Central) has been studied. The collected material enabled to determine how often the author applied the method of author's transformation of the Czech phraseological units, how much the author's substitution of the phraseological units' content differs from the commonly used one, and to identify the methods of phraseological unit transformation in the text. The article also analyzes the difficulties the interpreter faces while translating the Czech author's phraseological units into Ukrainian.

Keywords: phraseological units, idioms, transformations, established collocations, linguoculturological approach.

Problematika příspěvku a její aktuálnost v současné lingvistice a didaktice. V jazyce vždy budou aktuálními frazeologické inovace určitých časových úseků jako projev jejich dynamiky v diachronním průřezu jazyka. Vzhledem k vysoké mobilitě obyvatel v posledních letech pronikají do národního jazyka nejen prvky kulturních a národních tradic jiného etnika, ale i jazyk, ze kterého se, i v případě, že člověkem není užíván v běžné komunikaci, dostávají do jeho okolí určitá slova, věty, a frazeologické obraty, idiomy, přísloví, pranostiky a pořekadla, neboť člověk se snaží překládat si je do svého jazyka a porovnávat smysl a vhodnost použití, což je jedním z prostředků, který na jedné straně sblížuje různé národy prostřednictvím přejímání frazémů do slovní zásoby, a na straně druhé pomáhá rozšířit naše povědomí o realitách a tradicích jiných národů. Současně s tím ale vzniká problém dostatečného a správného pochopení smyslu frazému. To se týká i správného užití různých ustálených typů výrazů, formulí a klišé. V opačné situaci se člověk může ocitnout v nepříjemné, někdy trapné či komické situaci, což u některých jedinců pak ovlivňuje jejich motivaci k dalšímu studiu jazyka či komunikaci. Období po sametové revoluci v Čechách v r. 1989, stejně jako období po vyhlášení v r. 1991 nezávislosti Ukrajiny, přineslo s sebou velké množství změn v lexikálním systému jak českého, tak i ukrajinského jazyka. Česká republika i Ukrajina se otevřely světu a setkaly se mimo jiné i s informační explozí a nutností buď pojmenovat nové jevy a skutečnosti nebo oživit dřívější, dlouho nepoužívané jazykové prostředky. Doba globálních změn přináší i velké množství neologismů a současně se společenské změny promítají i do frazeologie. Frazémy se také významně podílejí na vytváření jazykového obrazu světa. Kromě frazeologismů, obsažených ve výkladových slovnících se dnes v oblasti frazeologie dostává do popředí problém překladu nových frazémů a idiomů jako svérázných výrazových prostředků, což je spojeno s jejich významovým odstínem, obrazností a lakoničností. Pouze znalostí gramatiky a syntaxe je často málo pro chápání jazyka, je třeba znát kulturní, národnostní a psychologické specifikum daného národa. Je tedy zjevně nutné a velmi důležité aktivně umísťovat frazeologismy do výuky češtiny pro cizince, což plně odpovídá požadavkům Evropského jazykového portfolia, které vyžaduje úroveň od B1 schopnost porozumět frazeologickým obrátům jazyka, od úroveň C1 potom schopnost tyto obraty spontánně využívat (podle www.msmt.cz). V současných učebnicích češtiny pro cizince jsou v různé míře zastoupeny některé nejužívanější frazeologismy, přísloví či pranostiky, téměř však, až na několik výjimek, nenajdeme frazeologismy v ukrajinských učebnicích češtiny pro cizince. Zcela vůbec pak nejsou v ukrajinských učebnicích češtiny studenti seznamováni s neologismy a frazeologickými neologismy. Proto považujeme za důležitý průzkum frazeologických neologismů v různých společenských oblastech, jejich vysvětlení dle existujících slovníků, prorovnění stupně ekvivalence s ukrajinským frazémem, případně sestavení nových výkladových slovníků a metodických příruček pro ukrajinské studenty bohemistiky. Jsme přesvědčeni, že podobné práce budou teoretickým přínosem pro metodiku výuky češtiny pro rodilé ukrajinské mluvčí, stejně jako budou mít široké praktické využití budoucími pedagogy či překladateli.

Vycházíme přitom z výsledků bádání J. Hasila (2012, s.32-39) o znalostech zahraničními studenty bohemistiky českých frazeologizmů, které bylo na základě výsledků dotazníků ohodnoceno jako nedostačující a z vývodů J. Hasila (2012, s.32-39), že nejen poučení o české frazeologii, ale i praktické frazeologické semináře (se sběrem, interpretací a srovnáváním frazeologie i sledováním její dynamiky) by měly být součástí každé výuky českého jazyka. Různorodost problémů modifikace frazeologizmů vyzývá potřebu tyto procesy, analyzovat a zkoumat, což i dělá naše bádání aktuálním v současné frazeologii.

Analýza vědeckého bádání a publikací v oblasti nové frazeologie. Problematikou transformace frazeologických jednotek, jejich aktualizací, vznikem neologizmů v uměleckém stylu, v publicistice, reklamě, mluvě mládeže ap. se ve svých pracích již dostatečně dlouho zabývají jak čeští, tak ukrajinští lingvisté. V České republice bylo vydáno velké množství monografií, studií, statí i neologických slovníků, je to především slovník *Nová slova v češtině, slovník neologizmů*, který vyšel pod vedením O. Martincové v r. 1998, podílela se na něm i řada dalších odborníků. Slovník zaznamenává novou, dynamickou vrstvu slovní zásoby. Pokud jde o slovníky frazeologických neologizmů, tyto, jak uvádí V. Mokienko, autor *Ruského slovníku frazeologických neologizmů*, nejsou dosud zpracovány dostatečně (Ěiččlíč, 2008, s. 122). V českém jazyce měl velký přínos pro frazeologii *Slovník české frazeologie a idiomatiky* (dále jen SČFI) F. Čermáka (SČFI, 2009), ve kterém jsou částečně odraženy i frazeologické neologizmy. F. Čermák ve svém slovníku popisuje transformace frazému jako “nemodelové kvazitransformace ukazující strukturní a původně i etymologickou souvztažnost, přechod z jedné formy do druhé (při zachování téže funkce) a příbuznost; nic gramaticky pravidelného tu není, podle pravidel nevznikají” (Čermák, 2009). Podle M. Čechové (1986, 2011) pro frazeologii platí, že se neustále obohacuje; obměňují se frazémy starší, tvoří se nové. Aktualizace tak může podněcovat vývoj ve frazeologii, je jejím dynamizačním faktorem. E. Hájková (2009) ve svém článku *K osvojování frazeologie u současné české mladé generace* o aktualizaci frazémů píše, že jimi mluvčí/pisatel ozvláštňuje svůj projev. Takové aktualizace však fungují v komunikaci jen za předpokladu, že adresát/příjemce textu je schopen v dané aktualizaci dešifrovat původní významový kontext a původní ustálenou podobu frazému sám také zná. Frazeologizmům, jejich etymologii, porovnání a evoluci se věnuje L. Stěpanova (2001). J. Hasil (2012) se ve svém článku *Jaké místo zaujímá frazeologie ve výuce češtině pro cizince?* zmiňuje o tom, že frazémy odrážejí historickou zkušenost uživatelů národního jazyka, mapují současný společenský život, proto se neustále aktualizují frazémy starší, některé ustupují z aktivního užívání a vznikají nové. Ukrajinští frazeologové V.D. Užčenko a D.V. Užčenko (2007) za nové aspekty ve frazeologii považují nejen nové směry v bádání, ale také hlubší a rozsáhlejší vysvětlení existujících již dříve, ale nedostatečně zpracovaných aspektů. Dynamický vývoj frazeologie je podmíněn neustálými změnami ve vědeckých odvětvích, kultuře a politice, podněcujícími vznik nových expresivních obrazových prostředků. Podle O. Ponomariva (1992) je transformace frazémů v uměleckých dílech jednou z rozšířených stylistických metod, která nejen přetváří ustálený frazeologický systém, ale přispívá i k obnovování vyjadřovacích obrazových prostředků, okazionalismy jsou pak autorem ve vytvářeném kontextu záměrně využívány k zesílení metaforičnosti a emotivnosti výpovědi. Různými aspekty užití a modifikace frazémů v publicistických textech se zabývají S. Konovec (2002), Í. Skyba (2005), transformaci frazeologických obrátů v uměleckých textech zkoumá ve své disertační práci L. Davydenko (1992). Frazeologickými neologismy v současné ukrajinské lingvistice a publicistice se zabývá L. Pašínská (2011, 2012), české a ukrajinské frazeologismy porovnává ve svých pracích O. Vaščenko f Í. Stepaňuk (2015, 2016), L. Danylenko (1992) aj.

N. Bojčenko (2002) nazývá transformací frazeologických jednotek takové změny, které jsou vyzvány aktualizací frazému v určitém kontextu a jejichž cílem je zesílení či zdůraznění informace (expresivita). Velkým přínosem do komparativistiky české a ruské frazeologie byl *Česko-ruský frazeologický slovník* devíti tisíc frazeologických jednotek od V. Mokienka (2002), který vychází z jasně

definovaného pojetí frazeologické jednotky. Podobná práce porovnávající komplexně ukrajinské a české frazeologismy a tím spíše frazeologické neologismy však dosud vydána nebyla. Jak můžeme uvidět na výsledcích nejrůznějších bádání lingvistů v oblasti frazeologie, frazeologické jednotky v obou jazycích neustále vznikají, obnovují se staré, ustálené, do jazyka pronikají různé kalky, které se zdomácnují, vzniká celý nový korpus expresivních, obrazných výrazů, které vyžadují svou systematizaci a překlad. Proto vidíme aktuálnost právě ve výzkumu této oblasti frazeologie, kterou ukrajinský jazyk nazývá neofrazeologií (z ukrajinského "неофраземіка", překlad z ukrajinštiny autorky). Budeme tedy mluvit o frazeologických neologismech jako o neofrazémech.

Cíl práce: Příspěvek je zaměřen na výskyt frazeologických neologismů a autorských okazionalismů v moderní české umělecké literatuře a konkrétně v knize Evy Hauserové *Noc v Mejdlovárně*. Vzhledem k tomu, že se ve svém výzkumu zaměřujeme na porovnávání dvou jazyků, češtiny a ukrajinštiny, budeme v analytické části vycházet z klasifikace frazeologizmů dle míry ekvivalentnosti, porovnáme míru aktualizace českých neofrazémů podle SČFI, poté je přeložíme do ukrajinštiny, a dohledáme, pokud existuje, ukrajinský ekvivalent frazému, případně existující v ukrajinštině neofrazém. Text byl vybrán z několika důvodů: kniha patří do moderní beletrie, autorka užívá běžně mluvený jazyk, který F. Daneš (1995) chápe jako každodenní neformální ústní komunikaci, vymezuje ho situačně, "jako množinu promluv v komunikačních situacích, v nichž se nepředpokládá (závazné) užívání spisovného jazyka", a jazykově, jako "repertoár všech různých i různorodých výrazových prostředků (nespisovných, ale zčásti i spisovných, resp. společných)" (Daneš, 1995, s. 7–8). Ve svých promluvách hrdinky knihy mluví obecnou češtinou, t.j. většinou používají nespisovný jazyk. Zde je třeba zmínit se o tom, že s nespisovnou češtinou je podle S. Čmejrkové (1994, s. 191) spojována neformálnost, expresivita, někdy i hrubost a vulgárnost, ale nespisovnost může být též nositelkou zvnitřnění komunikace, sdílení, intimní atmosféry. Vzhledem k tomu, že frazeologizmy jsou ve velké míře zastoupeny obzvláště v mluveném projevu, který se v českém jazyce často projevuje ve formě nespisovné (viz výše), můžeme v knize předpokládat velký výskyt frazémů a vzhledem k moderní době i frazeologických neologismů, opíráme se přitom na to, že v hovorové češtině dochází k mnoha úpravám a posunům, k různým hříčkám, což odpovídá i frazémům v textu. Přestože některé frazémy obsahují nespisovné prvky, M. Čechová (1986) nevidí důvod, proč by to mělo daný frazém posunout za hranice spisovnosti, protože o spisovnosti podle ní rozhoduje celkový charakter frazému: ustálenost a užívání ve spisovných projevech. Z didaktického hlediska je analýza neofrazémů v dané knize přínosná pro studenty bohemistiky tím, že mají prakticky jedinečnou možnost se na zahraničním bohemistickém pracovišti obeznámit s mluvenou a obecnou češtinou, naučit se jí rozumět a interpretovat ji, z hlediska lingvokulturního mají možnost obeznámit se s některými fakty a způsobem života různých generací jak v období normalizace v Čechách, tak i v současné době, a přitom sledovat způsob vyjadřování a užívání různých neologismů a neologických frazeologismů tří různých charakterově i z hlediska společenského postavení a úspěšnosti dospělých žen.

Realizace cíle vyžaduje řešení následujících zadání:

- a) klasifikovat pojmy frazeologický neologismus a okazionalismus a porovnat klasifikaci frazeologických neologismů a okazionalismů ukrajinskými a českými vědci;
- b) klasifikovat pojem transformace a aktualizace frazémů;
- c) zaznamenat pro další využití určité množství nového frazeologického materiálu, v našem pojetí uzuálních a okazionálních neofrazeologismů, částečně zformulovat jejich sémantické, funkční a stylistické charakteristiky a transformace v autorském textu;
- d) vyznačit problém a způsob překladu českých frazeologických neologismů, přeložit vybrané neofrazémy do ukrajinštiny a určit míru jejich ekvivalence.

Výklad materiálu, tvoření nových frazeologismů a analýza předmětu bádání. Frazeologické neologismy jsou jak v českém, tak i v ukrajinském jazyce nejčastěji odrazem společenských změn a reagují na aktuální problémy v různých oblastech společenského života, mezinárodních vztahů,

ekonomické změny ap. Nejvíce neologických frazémů vzniká v oblasti publicistiky, neboť mas media zpravidla jako první reagují na jakékoliv společenské změny či politické události. Každou změnu doby doprovází změny ve společnosti, rozvoj různých oborů lidské činnosti i změny v životním stylu. Spolu s tím můžeme pozorovat i změny ve slovní zásobě, neboť vzniká potřeba nové předměty, jevy a skutečnosti pojmenovávat. V druhé polovině 20. století vzniká samostatná nauka, která se zabývá neologismy, neologie. Podle *Encyklopedického slovníku češtiny* je pod označením *neologismus* zahrnuta “lexikální jednotka, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby současného jazyka vyznačuje novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, komunikačního, stylistického)” (EŠČ, 2002, s. 284). Podle ukrajinského *Současného slovníku literatury a žurnalistiky* se za neologismus považuje “slovo, a také jeho jednotlivý význam, výraz, které vznikly v jazyce v určitém stadiu vývoje (obecné neologismy) nebo se používaly jen v konkrétním komunikačním aktu, v textu nebo jazyce určitého autora (stylistické nebo individuálně autorské neologismy)” (SSL, 2009, s. 79-80).

Frazeologická pojmenování, tzv. frazémy, jsou ustálená slovní spojení (alespoň dvou a více slovných forem), která nejsou rozložitelná a významově vystupují jako celek (Čermák, Filipec 1985). Vedle frazeologických spojení rozeznáváme idiomy. V dnešním chápání se tento pojem přiřazuje synonymicky k výrazu frazém. Idiom akcentuje stránku sémantickou, kdežto frazém formální stránku frazeologické jednotky. Jestliže neologismus definujeme jako lexikální jednotku s rysem novosti, v definici frazeologických neologismů se většina vědců neshoduje. Vycházíme-li z toho, že nejdůležitějším kritériem frazeologické jednotky (frazému) je ustálenost, víceslovnost, metaforičnost a expresivita, pak frazeologické neologismy můžeme definovat jako takové frazeologické jednotky, které se vyznačují základními vlastnostmi frazeologizmu, jsou ale mluvčími pocíťovány jako jevy nové. V zásadě platí, že čím je frazém frekventovanější, tím je ustálenější, a naopak, řidčeji užívané frazémy stojící na periférii jsou náchylné k aktualizacím či transformačním procesům, a takto vzniklé je můžeme označit za neologické. Neologické frazeologizmy vznikají za účelem výstižnějšího pojmenování již pojmenované skutečnosti, což je spojeno především s potřebou vytvoření nového, výraznějšího, expresivnějšího, frazeologického označení, protože, jak píše V. Straková (1994), expresivita se ve frazeologii rychle opotřebovává. Transformace frazémů je aktuální otázkou české i ukrajinské frazeologie. Dynamický vývoj frazeologie je podmíněn neustálými změnami ve vědeckých odvětvích, kultuře a politice, podněcujícími vznik nových expresivních obrazových prostředků. V umělecké próze jsou neologismy obyčejně vyvolány v život aktualizacími záměry autorů, a pokud se nerozšíří do spisovného úzu, pocíťují se jako prvky okazionalizmu (příležitostné).

Aktualizace frazémů svědčí o stálém místě frazémů v dnešním jazyce. Vnášejí do projevu vtip, žertovný tón, často moment překvapení, což je využíváno především v umělecké literatuře, zejména v satirické. L. Janovec (2003, 243–247) chápe jako aktualizaci přetváření významu původní frazeologické jednotky a dotváření jejího významu v komunikačním aktu kvůli ozvláštění textu, vyjádření nadhledu, ironie nebo třeba humoru. Často vzniká pouze pro potřeby určitého textu, a má tedy okazionální či individuální charakter. Okazionalizmy vznikají v důsledku strukturální přestavby frazému v rámci určitého kontextu, nikoliv jako jeho přehodnocení, jejich význam je většinou dán v kontextu. Jazykovědci nacházejí u různých typů okazionalizmů tendence k porušení jak významové, tak i formální ustálenosti. Podle O. Ponomariva (1992) jsou okazionalizmy autorem ve vytvářeném kontextu záměrně využívány k zesílení metaforičnosti a emotivnosti výpovědi a jako silně expresivní výrazy na sebe přitahují pozornost, často mají široké spektrum konotací či silný ironický nádech, situaci obzvlášťují nebo mohou hyperbolizovat. Proto se vyskytují velmi často v básnických i prozaických dílech, častý je též výskyt v publicistické sféře. J.V. Bečka označuje okazionalismus souslovím “expresivní neologismus”, ovšem z Chloupkova pojetí vyplývá, že jde o neologismus (Chloupek, 1990, s. 253) a hlavní rozdíl mezi okazionalismem a neologismem v podstatě spočívá v tom, že okazionalizmy nejsou užívány v běžné mluvě. To znamená, že si tím uchovávají svou novost, nápaditost a výrazovou

neotřelost bez ohledu na dobu, kdy byly vytvořeny. Problematikou odlišení frazeologických neologismů od okazionalismů se zabývají mnozí lingvisté. Některé práce upozorňují na fakt, že řada nových výrazů, které ve frazeologii vznikají, jsou pouze variantami okazionálními (např. Stěpanova, 2004), a to díky tomu, že neexistují jednoznačná kritéria vyčlenění toho, co už je frazeologizmem a co pouze variantem (Chlebda, 2008). Tato otázka pak vyvstává v této souvislosti s frazeologickou neologií dost často. Složitá sémantická struktura frazému umožňuje jeho různé modifikace, čímž rozšiřuje komunikační možnosti. Aktualizace výrazových prostředků je záměrnou odchylkou od standardního užívání jazyka. Pomocí aktualizace se obrací pozornost na způsob vyjádření. Jazykovědci stále nejsou jednotni v otázce způsobu transformace frazeologických jednotek. Spisovatelé úmyslně transformují tradiční frazémy, čímž vytvářejí dynamický model světa. Takový obraz nabývá v uměleckém kontextu výrazové síly a často vyjadřuje individuální autorské vidění. Individuální autorské aktualizace frazémů jsou vždy podmíněny konkrétním stylistickým úmyslem. V uměleckých dílech je transformace frazémů jednou z rozšířených stylistických metod, která nejen přetváří ustálený frazeologický systém, ale přispívá i k obnovování vyjadřovacích obrazových prostředků. Podle O. Ponomariva (1992) zejména díky ustálenosti vnitřní formy frazeologického obratu je možné frazém obnovovat, i když jeho podklad se častým užíváním zastřel. Ustálenost transformovaných jednotek je vysoká, ale ne absolutní, což v podstatě popírá samu definici frazému. L. Janovec (2003, s. 147-158) jako dynamickou oblast slovní zásoby nazývá frazeologická pojmenování, nevětné frazémy, které mají četné frazémové varianty a aktualizace, mnohdy motivované snahou o ironii, nadhled, humor (např. *prát špinavé peníze – čistit špinavé peníze, být můj šálek kávy – být můj šálek čaje, všemocná končetina trhu – všemocná ruka trhu*) a stávají se východiskem odvozování jiných frazémů i jednoslovných lexikálních jednotek (*sarajevský atentán, převlékač kabátů*). Dnešní studie zaznamenávají méně časté užívání frazémů víceslovných, což je zřejmě dáno potřebou mluvčích v dané oblasti (zejména reklama, publicistika) vyjadřovat se úsporně. Jak již bylo zmíněno výše, nejčastěji se neofrazémy vyskytují v mediálních textech, publicistice, mluvených projevech politiků a běžných mluvených projevech, zejména pak u mládeže, která dnes velmi aktivně užívá v řeči nejrůznější neologismy. Ze všech těchto oblastí pak pronikají neofrazeologizmy i do umělecké literatury, nejčastěji ve formě dialogů či monologů postav. V umělecké literatuře pak častěji pozorujeme výskyt okazionalismů.

V další části práce proanalyzujeme některé neofrazémy z výše uvedené knihy z hlediska způsobů tvorby frazeologických neologismů a dohledáme ukrajinský ekvivalent českému původnímu frazému, případně neofrazému. Vycházíme přitom z hlediska, že podle míry ekvivalentnosti (Mlacek, 1997, s. 23) lze frazeologizmy rozdělit na úplné ekvivalenty, které se plně shodují jak strukturou, tak přeneseným významem; částečné ekvivalenty, které se shodují pouze částečně, mohou být gramaticky odlišné, mají větší či menší počet komponentů nebo záměnu komponentů, jsou odlišné ve struktuře a slučitelnosti; poměrné ekvivalenty, u kterých dochází k částečné změně formy či obraznosti a jsou si sémanticky shodné nebo podobné; frazeologické analogy mající podobnou nebo rozdílnou strukturu a odlišnou obraznost, ale stejný význam i stylistickou formu a frazeologizmy bez ekvivalence, které vznikly na základě reálií a tradic dané země, nemají ekvivalent v žádném jiném jazyce, nedají se do jiného jazyka přeložit, označujeme je jako frazeologizmy národní.

Při stanovení původního frazému českého se opíráme o *Slovník české frazeologie a idiomatiky* (SČFI I.-IV., 2009) a ukrajinský ekvivalent určujeme podle *Frazeologického slovníku ukrajinského jazyka* (1993) a *Slovníku současné literatury a žurnalistiky* (2009).

V textu knihy E. Hauserové (2014) *Noc v Mejdlovárně* se setkáváme s aktualizacemi sémantickými (změnou lexikálního obsazení, záměnou složek frazému aj.), s obměnou frazémů existujících a také hojně s okazionalismy. V podstatě již samotný název naznačuje, že se můžeme v textu setkat s různorodým lexikem – mejdlovárnou se za normalizace nazývala místa (v našem případě byt), kde se scházela mládež na večírek (párty, mejdan).

Cuměj jak vyvoraný myši (Hauserová, 2014, s.146) – pův.: koukat (na něco) /čumět jako tele na nová vrata (nepřízn., hanl.). (SČFI I., s. 363). Zde – jazyková hra mluvčích, která spočívá v obměnách komponentů přirovnání. *Překlad do ukr.* – Дивляться як виорані миші. Ukrajinský ekvivalent: дивляться як (мов) теля на нові ворота (зневажл.) – Míra ekvivalence: úplný ekvivalent původnímu znění českého frazému.

Jaká je vědecká bedna (Hauserová, 2014, s.171) – Chytrá hlava/hlavička. (Chytrost jako schopnost, nadání) (SČFI II., s. 96). Zde – nový autorský frazém, jazyková hra mluvčích, která spočívá v obměnách komponentů. *Překlad do ukr.* – Є як вчена скриня. Ukrajinský ekvivalent: з нагоптанною головою (який відзначається неабиякими розумовими здібностями). Míra ekvivalence: částečný ekvivalent původnímu znění českého frazému.

Hovný hovného si hledá (Hauserová, 2014, s. 33) (expr., vulg.) – Rovný rovného si hledá. (Člověk zkušený vůči druhému o zvyku či nutnosti najít blízkého třetího a sdružit se s ním ap.; člověk hledá podporu a solidaritu u sobě podobných) (SČFI IV., s. 765). Zde – sémantická obměna komponentů frazeologismu s expresivním nádechem, synonymní ve vztahu k původnímu. *Překlad do ukr.* – Гівно гівна шукає. Ukrajinský ekvivalent: одним миром мазані; Яке їхало, таке здибало. Míra ekvivalence: bez ekvivalence.

Tváří se jako ředitelka zeměkoule (Hauserová, 2014, s. 153) – tvářit se důležitě (zvl. čl. domýšlivý, obvykle při jednání ap. n. momentálně, při pronášení názoru, udělování souhlasu, sdělování důležité informace aj.). (SČFI III., s. 832). Zde – výraz synonymní spíše s vysvětlením “tvářit se povýšeně, důstojně a naznačit tak svůj význam a projevit svou samolibost”. *Překlad do ukr.* – Уявляє себе директором (Земля). Ukrajinský ekvivalent: Високо нестися. Пуп Землі. (Уявляти себе пупом Землі). Míra ekvivalence: částečná ekvivalence.

Tvářej se jak svatá dala nevíť komu (Hauserová, 2014, s. 151) – tvářit se jako svatoušek. (SČFI I., s. 345). Zde – tvářit se, chovat se zcela naivně a pokrytecky. *Překlad do ukr.* – Поводиться мов (як) свята, що не знає, кому дала. Ukrajinský ekvivalent: свята простота. Míra ekvivalence: částečná ekvivalence.

Jak mi rejžákem drhla myšlenky (Hauserová, 2014, s. 176) – napravit / spravit někomu hlavu (neutr., důraz.) (SČFI III., s. 190). Zde – donutit někoho k poslušnosti, pořádku a zbavit ho nevhodných představ, svéhlavosti ap.; napravit někoho (násilím); potlačit jeho názory a změnit ho tak. Expresivní výraz. *Překlad do ukr.* – Наче щіткою по мізках шкрябала. Ukrajinský ekvivalent: вправляти мозок. Míra ekvivalence: bez ekvivalence.

Šárka, ten studenej čumák. Studenej čumák Bořek. (s. 16, 54). **Studenočumákoidní chování. Bořkova studenočumákovitost** (Hauserová, 2014, s. 161, 163) – nepříjemný, málo lidský člověk, v jednání těžko přístupný a málo lidský, bez úsměvu ap. (SČFI II., s. 59). Zde – okazionalismus, charakteristika chování některých hrdinů románu. *Překlad do ukr.* – “Холодна морда” (нелюдний чоловік, нелюдяна жінка). Ukrajinský ekvivalent: З холодною душею. Míra ekvivalence: bez ekvivalence.

Za pár let přišel samet (Hauserová, 2014, s. 51) – sametová / něžná revoluce. (SČFI II., s. 297). Zde – metonymie k původnímu frazeologismu. *Překlad do ukr.* – Через кілька років прийшов оксамит. Ukrajinský ekvivalent: bez ekvivalence.

Cítím se jako největší lůzr ze všech. Typ chudáčka blbečka, nešikovného lůzra. Takový dvě lůzrky (Hauserová, 2014, s. 161, 189) – Člověk, který má smůlu na smůle – velký, opakující se nezdar, neúspěch, neštěstí. (SČFI II., s. 325). Lůzr = smolař, ztroskotanec (slang.) z anglického *looser* jako člověk pronásledovaný neúspěchem; ten, kdo prohrál nebo stále prohrává (či se tak cítí), počeštěno (SCS). Zde – nový frazeologismus s využitím neologismu *lůzr*. *Překlad do ukr.* Відчуваю себе найбільшим лузером. Такий собі тип бідолашного дурника, лузера, невдахи. Ті дві як лузери. – Ukrajinský ekvivalent: абсолютний нуль. Míra ekvivalence: bez ekvivalence. Ve srovnání s ukrajinským neofrazémem *Відчуваю себе найбільшим лузером* jde o úplnou ekvivalenci.

Rychlý šípy v bleděmodrým. Firemní hodnoty (Hauserová, 2014, s. 143) – to samý v bleděmodrým (expr., nepřizn.). Při hodnocení údajně lepší alternativy vyjadřuje v podstatě její totožnost s alternativou srovnávanou, pokud jde o špatné, nežádoucí vlastnosti. (SČFI II., s. 188). Překlad do ukr. – *Швидкі стріли у блідо-синьому. Фірмові цінності*. Ukrajinský ekvivalent: нога в ногу. Míra ekvivalence: bez ekvivalence.

Mladý holky jsou jediná kategorie lidí, co se nabízejí jako zboží v samošce (Hauserová, 2014, s. 156) – lehké zboží (expr., hanl.), dívky se sklonem k lehkomyšlnosti a k volným mravům s muži. (SČFI II., s. 408). Okazionalismus. Překlad do ukr. – *Молоді дівчата, це єдина категорія людей, котрі пропонують себе як товар в магазині*. Ukrajinský ekvivalent: рекламувати себе. Míra ekvivalence: bez ekvivalence.

Tohle není moje parketa (Hauserová, 2014, s. 33), **není to jejich parketa** (Hauserová, 2014, s. 143) – ani za mák tomu nerozumím/ nerozumí (SČFI II., s. 172). Překlad do ukr. *Це не мій паркет*. Ukrajinský ekvivalent: Це не моя стихія. Míra ekvivalence: částečná ekvivalence.

Má to v krvi, má fluidum (Hauserová, 2014, s. 17) – mít něco/hodně do sebe (být dost, v lecčem přitažlivý, zajímavý, mít určitý zvláštní půvab, poutat pozornost. (SČFI III., 2009, s. 382:). *Fluidum* dle slovníku cizích slov – domnělá neviditelná látka jako nositel fyzikálních vlastností, esprít, kouzlo osobnosti nebo místa (SCS). Zde – kouzlo osobnosti. Autorský frazeologismus. Překlad do ukr. – *У неї це в крові*. Ukrajinský ekvivalent: *У неї це в крові. Має флюїди*. Míra ekvivalence: Úplná ekvivalence.

Chceš tvrdit, že se na tobě režim nepodepsal? (Hauserová, 2014, s. 189) – být poznamenaný něčím. (Člověk, jeho dílo, doba, situace apod. V důsledku silného, popř. dlouhého působení události:) být trvale a zřetelně, zjevně něčím ovlivněný, popř. deformovaný; projevoval stopy něčeho. (SČFI III., s. 598). Zde – režim = totalitní režim v bývalém Československu, do roku 1989. Překlad do ukr. – *Ти стверджуєш, що на тобі режим не підписався?* – Ukrajinský ekvivalent: Залишити відбиток. Míra ekvivalence: bez ekvivalence.

Je afektovaná tuzexanda (Hauserová, 2014, s. 11) – mít pořád něco extra (nepřiznivě, posměchavě). (Čl. rozmarný, snobský; stále podivně a protivně chtít, požadovat různé novinky n. změny, zlepšení, výjimky. Chytit samé extravagance (SČFI III., s. 381). Okazionalismus. Překlad do ukr. – *Афектована мадам уся в імпортному*. Ukrajinský ekvivalent: дерти носа в гору, пихата. Míra ekvivalence: bez ekvivalence. Výraz je ekvivalentní ukrajinskému neofrazému – *Така собі фіфа; сама фірма*.

Problematika překladu frazeologizmů. Při překladu frazeologizmů a neofrazologizmů do popředí vystupuje skutečnost, že se v ní nejvýrazněji projevuje národní specifická jazyka. Problematika překladu frazeologických slovních spojení z jednoho jazyka do druhého je specifickou oblastí teorie uměleckého překladu. V. Straková (1994) říká, že frazeologizmy jsou "kořením jazyka" a jako takové nejsou vždy jednoznačné či snadno transponovatelné do jazyka jiného. Proto musí překladatel buď vybírat, je-li z čeho, nebo použít opis, kompenzace, dotvořit výraz apod. Nezvládnuté překlady frazeologizmů se naopak projevují jako nenáležité, "komponentový překlad" (ukr. *компонентний переклад*). Do popředí zde mnohem více vystupuje požadavek překládání (či spíše převádění) podle obsahu, významu a textové funkce. Při doslovném překládání frazémů hrozí riziko volby nesprávného ekvivalentu nepoměrně více než u jiných jazykových jednotek. Překladatel je často nucen odstoupit od předmětně přesného překladu kvůli absenci v jazyce překladu ekvivalentního výrazu nebo z důvodu určitých odlišností stylistických norm v obou jazycích. V případě, když překladatel nenachází ekvivalent frazému ve svém jazyce, opírá se o jeho celkový a funkční smysl, přičemž je nutné držet se efektu vyzvaného originálním textem (jako je např. zlost, ironie, nadšení apod), neboť pokusy o doslovný překlad přivádějí k nepřesnostem a často i nevhodnostem či disharmonizaci jazykového sdělení. Usilí o maximální přesnost překladu by nemělo přivést ke kalkování, při němž frazeologismus ztrácí svou autentičnost. Adekvátnost překladu se pak dosahuje komplexem různých překladatelských praktik. Ačkoliv stylisticky i lexikálně je původní větná jednotka změněna, sémanticky

v jazyce překladu nese původní smysl. Jinými slovy, komunikativní funkce frazému zůstává zachována. Největším překladatelským problémem jsou slova s přeneseným významem, expresivní autorské výrazy, okazionalismy a neobvyklá slovní spojení. Vzhledem k tomu, že frazeologie není uzavřenou oblastí, nýbrž právě naopak oblastí dynamickou, je vystižení emocionálního, hodnotícího i dobového příznačného koloritu frazeologizmu úkolem někdy dosti obtížným. Proto se překladatelům doporučuje zdroje vybírat (mají-li z čeho) nebo použít opis, kompenzace, dotvořit výraz a podobně.

Závěr: Frazeologizmy jsou příznakové, expresivní, patří většinou k hovorovému stylu, a tak i text s použitím frazeologizmu je stylisticky příznakový. Tato skutečnost má osobitý význam pro překlad. V minulosti se zdůrazňovala nepřeložitelnost frazeologie, na druhé straně se zdůrazňoval požadavek, že ekvivalentem musí být v překladu jen frazém. V současnosti se vztah frazeologie a překladu řeší způsobem, který je mezi těmito dvěma krajními póly. Obecně platí, že frazeologizmy překládáme ekvivalentem. Nové frazeologizmy vznikají transformací existujících termínů různých oblastí, dochází k frazeologizaci volných spojení. Často jde o většinu kalků z anglického jazyka, které mají internacionální charakter a které jsou terminologického původu. Tyto jednotky pocházejí zpravidla z oblasti sportu a z oblasti ekonomie. Frazeologizmus jako výrazný prostředek živého, neotřelého vyjadřování je podle V. Strakové charakteristický pro některé mluvčí v běžné komunikační praxi a jen pro některé autory a postavy v jejich dílech. Někdy autor využívá kombinace různých typů transformace struktury frazeologizmu, čímž zcela mění jeho význam. Tento stylistický způsob pomáhá autorovi donést čtenářům své myšlenky a ovlivnit jejich emoce, najdeme ho však zdaleka ne u každého autora, neboť vyžaduje opravdového mistrovství pera.

Umístění do výuky frazeologizmů a neofrazeologizmů rozhodně oživuje studium cizího, v našem případě českého, jazyka, obohacuje lexikální zásobu i lingvokulturní znalosti studentů, rozšiřuje jejich komunikativní možnosti, čímž jim umožňuje poznat ve vši hloubce krásu českého jazyka.

Dané bádání otevírá perspektivy pro další studium a analýzu českých frazeologických neologismů a jejich překlad do ukrajinštiny.

LITERATURA

- Бойченко, Н. О. (2002). *Стиійкі дієслівні сполуки у публіцистичному тексті : типологічні ознаки та експресивний потенціал*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Ващенко, О. і Степанюк, О. (2016). Українські і чеські фразеологічні одиниці з колоративним компонентом "БЛИЙ". *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія, 19(2)*, 44-49. Взято з: <http://journals.urau.com/index.php/2311-0821/article/view/113744>
- Ващенко, О. і Степанюк, О. (2015). Типологія чеських та українських фразеологізмів із сакральним нумерологічним компонентом. *Проблеми зіставної семантики. Вип. 12*, 105-111. Взято з: <https://onedrive.live.com/?authkey=%21APTD9FPPXRCmkN0&cid=68696B3E65309B90&id=68696B3E65309B90%2115515&parId=68696B3E65309B90%2115516&o=OneUp>
- Давиденко, Л. Б. (1992). *Синтаксичні функції і структурно-семантичні модифікації фразеологічних одиниць* (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Даниленко, Л. І. (2000). *Національно-культурна семантика чеської фразеології*. Київ, Коломия.
- Голубева, Н. А. (2008). Прецедентные единицы в грамматике: традиции и новаторство. *Высшее образование сегодня. 5*. 47-49
- Дерев'янюк, В. (2012). Індивідуально-авторські фразеологічні новоутворення у ЗМІ (на матеріалі чеської мови). *Вісник Львівського університету. Серія філологічна. 56(1)*, 204-211.
- Коновець, П. (2002). *Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань)* (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.

- Пашинська, Л. М. (2011). Неофраземіка у сучасному українському публіцистичному тексті. *Мова і культура*. 14(1), 222-228.
- Пашинська, Л. М. (2012). Напрями дослідження неофраземіки в сучасній лінгвістиці. *Українська мова*. 2, 87-96.
- Пономарів, О. (1992). *Стилістика сучасної української мови*. Київ: Либідь, 1992.
- Скиба, Н. Г. (2005). *Активні фразеотворчі процеси в українській публіцистичній і художній прозі кінця ХХ – початку ХХІ століть*. (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Степанова, Л. (2001). Evolucija frazeologičeskich jedinich i neologizmu. In: *Novaja frazeologija v novoj Jevrope*. Greifswald 2001, 115-116 (rus.)
- Ужченко, В. Д. і Ужченко, Д. В. (2007). *Фразеологія сучасної української мови*. Київ: Знання.
- Шанский, Н. М. (1985). *Фразеология современного русского языка*. Москва: Высшая школа.
- Čechová, M. (1986). Dynamika frazeologie. *Naše řeč*, ročník 69, číslo 4, 178-186.
- Čechová, M. (2011). Frazeologie v komunikaci. In: *Jazyk a komunikácia v súvislostiach*. (151-158). Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislavě.
- Čermák, F. (2008). *Frazeologie a idiomatika česká a obecná*. Praha: Karolinum.
- Daneš, F. (1988). Pojem "spisovného jazyka" v dnešních společenských podmínkách. In: *Dynamika současné češtiny z hlediska lingvistické teorie a školské praxe*. (21-29). UK, Praha.
- Grepl, M. a kol. (1995). *Příruční mluvnice češtiny* (vyd 1). Praha: Lidové noviny.
- Hájková, E. (2009). К освоєвані фразеологіє у сучасній чеській молодій генерації. Фалькларыстычныя даследаванні. *Кантэкст. Тыпалогія. Сувязі*. 6. Citováno z <http://elib.bsu.by/handle/123456789/89914>.
- Hauserová, E. (2014). *Noc v Mejdlovarně* (vyd). 1. Praha: Argo.
- Hauser, P. (1980). *Nauka o slovní zásobě*. Praha: SPN, 43-47.
- Hasil, J. (2012). Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. *Збірник наукових праць*. 19 (32-39). Київ: КНУ ім. Т. Шевченка.
- Janovec, L. (2003). Defrazeologické lexikální jednotky. *Varia XIII. Zborník materiálů z XIII. kolokvia mladých jazykovedcov*. Modra-Piesok, 3-5.12. 2003. 147-158, 243-247.
- Martincová, O. (1983). *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha: Univerzita Karlova.
- Mlacek, J. (1977). *Slovenská frazeológia*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo. 1. vyd., Kufnerová, Z., Poláčková, M., Povejšil, J., Skoumalová, Z., Straková, V. (1994). *Překládání a čeština* (vyd. 1). Praha: H&H.
- Lotko, E. (2008). O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny). In: *LOTKO, Edvard. Srovnávací a bohemistické studie*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého.

LEXIKOGRAFICKÉ PRAMENY

- ССЛ Гетьманець М., Михайлин, І. (2009). Сучасний словник літератури і журналістики Харків: Прапор.
- ФСУМ Укл.: Білоноженко, В.М, Винник, В.О, Гнатюк, І.С., Горобець, В. та ін. (1993) *Фразеологічний словник української мови*: В 2 кн. Київ: Наукова думка.
- ESČ Karlík, P., Nekula, M., Pleskalová, J. (2002). *Encyklopedický slovník češtiny*. (s. 284-285) Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- NSČ1 Martincová, O. a kol. (1998). *Nová slova v češtině. Slovník neologismů 1*, Praha V nakl. Academia vyd.1.
- NSČ2 Martincová O. a kol. (2004). *Nová slova v češtině. Slovník neologismů 2*, Praha V nakl. Academia vyd.1.
- SCS ABZ.cz: slovník cizích slov - on-line hledání. Dostupný z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz>
- SČFI I. Čermák, František, Hronek, Jiří a Machač, Jaroslav. (2009). Slovník české frazeologie a idiomatiky. 1, Přirovnání. 2., přeprac. a dopl. vyd. V nakl. Leda vyd. 1. Praha: Leda.

- SČFI II. Čermák, František, Hronek, Jiří a Machač, Jaroslav. (2009). Slovník české frazeologie a idiomatiky. 2, Výrazy neslovesné. 2., přeprac. a dopl. vyd. V nakl. Leda vyd. 1. Praha: Leda.
- SČFI III. Čermák, František, Hronek, Jiří a Machač, Jaroslav. (2009). Slovník české frazeologie a idiomatiky. 3, Výrazy slovesné. 2., přeprac. a dopl. vyd. V nakl. Leda vyd. 1. Praha: Leda.
- SČFI IV. Čermák, František. (2009). Slovník české frazeologie a idiomatiky. 4, Výrazy větné. V nakl. Leda vyd. 1. Praha: Leda.

REFERENCES

- Bojchenko, N. O. (2002). Stijki diieslivni spoluky u publitsystychnomu teksti : typolohichni oznaky ta ekspresyvnyj potentsial. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Vaschenko, O. i Stepaniuk, O. (2016). Ukrains'ki i ches'ki frazeolohichni odynytsi z koloratyvnyym komponentom "BILYJ". Visnyk Kyivs'koho natsional'noho linhvistychnoho universytetu. Serii Filolohiia, 19(2), 44-49. Vziato z: <http://journals.urau.ua/index.php/2311-0821/article/view/113744>
- Vaschenko, O. i Stepaniuk, O. (2015). Typolohiia ches'kykh ta ukrains'kykh frazeolohizmiv iz sakral'nym numerolohichnym komponentom. Problemy zistavnoi semantyky. Vyp. 12, 105-111. Vziato z: <https://onedrive.live.com/?authkey=%21APTD9FPPXRCmkN0&cid=68696B3E65309B90&id=68696B3E65309B90%2115515&parId=68696B3E65309B90%2115516&o=OneUp>
- Davydenko, L. B. (1992). Syntaksychni funksi i i strukturno-semantychni modyfikatsii frazeolohichnykh odynyts' (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Danylenko, L. I. (2000). Natsional'no-kul'turna semantyka ches'koi frazeolohii. Kyiv, Kolomyia.
- Holubeva, N. A. (2008). Pretsedentnye edynytsy v hrammatyke: tradytsyy y novatorstvo. Vyshee obrazovanye sehodnia. 5. 47-49
- Derev'ianko, V. (2012). Indyvidual'no-avtors'ki frazeolohichni novoutvorennia u ZMI (na materialii ches'koi movy). Visnyk L'vivs'koho universytetu. Serii filolohichna. 56(1), 204-211.
- Konovets', P. (2002). Komunikatyvno-prahmatychni osoblyvosti aktualizatsii frazeolohizmiv u dyskursi suchasnoi presy (za materialamy ispans'kykh periodychnykh vydan') (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Pashyns'ka, L. M. (2011). Neofrazemika u suchasnomu ukrains'komu publitsystychnomu teksti. Mova i kul'tura. 14(1), 222-228.
- Pashyns'ka, L. M. (2012). Napriamy doslidzhennia neofrazemiky v suchasnij linhvistytsi. Ukrains'ka mova. 2, 87-96.
- Ponomariv, O. (1992). Stylistika souhasn'ijho ukrajinsk'ijho jazyka. 4. vyd., Kyjiv: Lybir, 1992, 248 s.
- Skyba, N. H. (2005). Aktyvni frazeotvorchi protsesy v ukrains'kij publitsystychnij i khudozhnij prozi kintsia KhKh – pochatku KhKhI stolit'. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Stepanova, L. (2001). Evolucija frazeologičeskich jedinic i neologizmy. In: Novaja frazeologija v novoj Jevrope. Greifswald 2001, 115-116 (rus.)
- Uzhchenko, V. D. i Uzhchenko, D. V. (2007). Frazeolohiia suchasnoi ukrains'koi movy. Kyiv: Znannia.
- Shanskyj, N. M. (1985). Frazeolohiia sovremennoho ruskogo iazyka. Moskva: Vysshaja shkola.
- Čechová, M. (1986). Dynamika frazeologie. *Naše řeč*, ročník 69, číslo 4, 178-186.
- Čechová, M. (2011). Frazeologie v komunikaci. In: *Jazyk a komunikácia v súvislostiach*. (151-158). Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislavě.
- Čermák, F. (2008). *Frazeologie a idiomatika česká a obecná*. Praha: Karolinum.
- Daneš, F. (1988). Pojem "spisovného" jazyka v dnešních společenských podmínkách. In: *Dynamika současné češtiny z hlediska lingvistické teorie a školské praxe*. (21-29). UK, Praha.
- Grep, M. a kol. (1995). *Příruční mluvnice češtiny* (vyd 1). Praha: Lidové noviny,
- Hájková, E. (2009). K osvojování frazeologie u současné české mladé generace. Фалькларыстычныя даследаванні. *Кантэкст. Тыпалогія. Сувязі*. 6. Citováno z <http://elib.bsu.by/handle/123456789/89914>.

- Hauserová, E. (2014). *Noc v Mejdlovarně* (vyd. 1. Praha: Argo.
- Hauser, P. (1980). *Nauka o slovní zásobě*. Praha: SPN, 122 s., 43–47.
- Hasil, J. (2012). Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. *Збірник наукових праць*. 19 (32-39). Київ: КНУ ім. Т. Шевченка.
- Janovec, L. (2003). Defrazeologické lexikální jednotky. *Varia XIII. Zborník materiálů z XIII. kolokvia mladých jazykovedcov*. Modra-Piesok, 3–5.12. 2003. 147-158, 243–247.
- Martincová, O. (1983). *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha: Univerzita Karlova.
- Mlacek, J. (1977). *Slovenská frazeológia*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo. 1. vyd., Kufnerová, Z., Poláčková, M., Povejšil, J., Skoumalová, Z., Straková, V. (1994). *Překládání a čeština* (vyd. 1). Praha: H&H.
- Lotko, E. (2008). O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny). In: *LOTKO, Edvard. Srovnávací a bohemistické studie*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého.

Дата надходження до редакції 07.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 811.111'38:22(045)

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЕКОТЕМИ В АНГЛОМОВНОМУ БІБЛІЙНОМУ ЕКОДИСКУРСІ

ЖИХАРЄВА О. О.

кандидат філологічних наук, доцент
Київський національний лінгвістичний університет
eaap@ukr.net

У статті розглянуто ключові дискурсові екоконцепти англomовного біблійного екодискурсу: БОГ, ПРИРОДА, ЛЮДИНА і СОЦІУМ. Специфікація їх взаємозв'язку дозволяє виокремити основні концептуальні екотемати Біблії, які розкривають суть гармонійного існування людини у світі. Концептуальні екотемати визначено за допомогою їх реконструкції як інтерпретації концептуального змісту біблійних нарацій з опорою на когнітивні операції проміантності, профілювання і суположення траектора й орієнтира (за Р. Ленекером). Смыслову структуру біблійних історій, представлену в термінах концептуальних екотем, реконструйовано на основі екологічних субконцептів і концептуальних дескрипторів, які визначаються набором смислових ознак, реалізованих в одиничних контекстах і множинних іноконтекстах біблійних нарацій.

Ключові слова: Біблія, біблійний екодискурс, біблійний екоконцепт, біблійна нарація, екоконцепт, концептуальна екотема, смислова ознака.

CONCEPTUAL ECOTOPICS IN ENGLISH BIBLICAL ECODISCOURSE

ZHYKHARIEVA Olena Oleksandrivna
Candidate of Philology, Associate Professor
Kyiv National Linguistic University
eaap@ukr.net

Introduction. This article examines the key discourse-forming biblical ecoconcepts of GOD, NATURE, HUMAN BEING, and SOCIETY. In their interrelation they constitute conceptual ecotopics of the Bible, which reveal the essence of human harmonious existence in the God's created world. The paper focuses on defining conceptual ecotopics relying upon the notion of reconstrual as an interpretation of biblical narrations' conceptual content by applying R. Langacker's cognitive operations of prominence, profiling, and trajector / landmark alignment.

Purpose. The paper aims at identifying the main conceptual ecotopics of English biblical ecodiscourse.

Methods. The methodology of conceptual analysis that integrates elements of contextual, interpretative, and prototype analyses made it possible to describe each key discourse-forming biblical ecoconcept as a prototypical ground for ecological subconcepts and conceptual ecotopics.

Results. The paper highlights the conceptual ecotopic "God's attitude to man" as a product of the integration involving two key discourse-forming biblical ecoconcepts, those of GOD and HUMAN BEING. In the story about Israelites crossing the *Red Sea* the integration of these ecoconcepts is realized through the ecological subconcept of PUNISHMENT marked by the conceptual descriptor *God's punishment as a manifestation of God's will*. The latter is formed by a set of conceptual features actualized in multiple autrocontexts, which represent the conceptual structure of the respective biblical narrations.

Conclusion. The research proves that the main conceptual ecotopics of English biblical ecodiscourse come down to the following: "God's creation of nature", "God's creation of human being (society)", "Man's attitude to nature created by God", "Man's attitude to family and society prescribed by God", "God's attitude to man", "Man's attitude to God".

Key words: Bible, biblical ecodiscourse, biblical ecoconcept, biblical narration, ecoconcept, conceptual ecotopic, conceptual feature.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. Надбання лінгвопоеетологічних досліджень концептуального змісту літературних творів, до яких належить і Біблія (Райкен 2002), експлікуються за допомогою певних типів концептів: текстових, художніх, естетичних (Воробйова, 2011, с. 61; Кагановська, 2003, с. 11; Ніконова, 2008, с. 101–102). Погляд на Біблію як дискурс (О.С. Кирилук, П.В. Мацьків, Є.В. Михайлова, О.А. Пороль, Ю.О. Сабадаш, В.Б. Ширшиков) дозволяє виокремити тип концепту, який ми позначаємо як **дискурсотвірний біблійний концепт**, що розгортається в біблійних текстах, характеризується смисловою різноманітністю і багатоаспектно представлений в текстах Святого Письма. Дискурсотвірні, чи метахтонні концепти “утворюють ім'я дискурсу” та стають “концепт-ідеями відповідного типу дискурсу” (Приходько, 2008, с. 240).

Ураховуючи характер біблійного повістунання, у нашому дослідженні вводимо поняття **біблійного екоконцепту**, який кваліфікуємо як різновид екоконцепту, складне ментальне утворення, що реалізується в біблійному екодискурсі переважно в контексті біблійних нарацій. У зв'язку з цим дискурсотвірний біблійний екоконцепт визначається середовищем функціонування і стійкими асоціативними зв'язками з сукупністю екодем, які розгортаються згідно з певними наративними формулами. Середовищем функціонування, тобто актуалізації та / або конструювання біблійних екоконцептів, є фрагменти завершених за змістом біблійних нарацій, що розкривають суть закладеного Богом гармонійного існування людини у взаємозв'язках з природою та іншими людьми (соціумом). Відповідно, такі фрагменти корелюють з основними концептуальними екодемами, які забезпечують цілісність біблійного наративу, а у своїй сукупності висвітлюють зв'язок між ключовими дискурсотвірними біблійними екоконцептами, необхідність визначення та опису яких становить актуальність цієї статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідники дедалі більше уваги звертають на виявлення способів і засобів концептуалізації дійсності. Предметом вивчення слугують концепти, які описують у термінах фреймової семантики (Жаботинська, 2005; Fillmore, 1968), конструкційної (Goldberg, 1995) та когнітивної граматики (Langacker 2008), концептуальних метафор (Lakoff, Johnson, 1980), мереж концептуальної інтеграції (Fauconnier, Turner, 2002), прототипів (Rosch, 1988), семантичних примітивів (Вежбицкая, 1999) тощо. Метод концептуального аналізу в його заломленні до реконструкції концептів не є однорідним, бо немає єдиного погляду на структуру концепту і набір його компонентів.

Основоположником ідеї концепту вважають середньовічного логіка П. Абеляра, який асоціював концепт з індивідуальною інтерпретацією смислу у прив'язці саме до тексту Біблії і тлумачив концепт як індивідуальну форму “схоплювання” змісту згідно з висловленнями про той чи той предмет. З погляду філософії, концепт П. Абеляра є логіко-лінгвістичною категорією (Мартинюк, 2012, с. 38).

У контексті лінгвокультурологічних досліджень (А.П. Бабушкін, С.Г. Воркачов, В.І. Карасик, В.В. Колесов, В.А. Маслова, М.В. Піменова, Г.Г. Слишкін, Ю.С. Степанов) концепт постає як згусток культури у свідомості людини, що входить до її ментального світу (Степанов, 2004, с. 43), тобто основною ознакою концепту в таких дослідженнях називають культурну інформацію.

З когнітивних позицій (Н.Ф. Алефіренко, Н.Д. Арутюнова, М.М. Болдирев, С.А. Жаботинська, О.С. Кубрякова, З.Д. Попова, Й.А. Стернін) концепт визначають як одиницю ментального лексикону. У термінах когнітивної семантики концепти не є ізольованими одиницями, а виступають цілісними взаємопов'язаними смисловими утвореннями. Їх розуміння виводиться з контексту і потребує фонових знань (Clausner, Croft, 1999, с. 2). Концепти дозволяють “охарактеризувати більш широко різновиди всіх структур мислення. [...] Поведінка людини визначається її знаннями”, а “знання про зовнішній світ міститься в концептах” (Панасенко, 2010, с. 141). Відповідно, стосунки людей із довкіллям ґрунтуються на концептуалізації екологічно значущих фрагментів дійсності. Концепти, як і поняття, “упорядковують реальність,

яку ми сприймаємо, способи нашої поведінки у світі і наші контакти з людьми” (Лакофф, 1990, с. 387). Ми спираємося на визначення концепта як когнітивного явища, когнітивної абстракції, що є “носієм або концентратором певного дискурсу або певної системи знань” (Широков, 2010, с. 100). Це “зерно першосмислу, семантичний зародок слова, діалектична єдність потенційно можливих у явищі образів, значень і смислів словесного знака як вираження невизначеної сутності буття в невизначеній сфері свідомості” (Колесов, 2002, с. 51), що поступово перетворюється на образ, поняття або, як ядро концепту, на символ.

У зв’язку з розглядом концепту з позиції еколінгвістики й екопоетики основною одиницею аналізу в нашому дослідженні визначаємо екоконцепт. У сучасних роботах з еколінгвістики екоконцепт тлумачать як “одиницю ментальних чи психічних ресурсів людської свідомості і тієї інформаційної структури, яка віддзеркалює досвід і знання людини про екологічні реалії” (Лагутина, 2013, с. 4). Екоконцепт є багатовимірною розумовою одиницею, “що має різні форми мовного вираження, в основі формування якої лежать гетерогенні екосмисли, яка містить емоційно-особистісні, природні й культурні складники” (Пылаева, 2015, с. 93). Саме тому в нашій роботі **екоконцепт** – це ментальна одиниця, що слугує джерелом смислового розвитку екологічного змісту і втілюється в екообразах, екосимволах або екологічно значущих фрагментах тексту.

Мета статті полягає у визначенні основних концептуальних екотем в англomовному біблійному екодискурсі, що становить *об’єкт* нашого дослідження. Для досягнення поставленої мети необхідно розв’язати такі *завдання*: 1) уточнити поняття “концептуальна екотема” стосовно біблійного екодискурсу; 2) виділити основні концептуальні екотеми англomовної Біблії; 3) розкрити зміст концептуальної екотеми “Ставлення Бога до людини” в проекції на біблійний опис природної катастрофи локального характеру. *Предметом* нашого дослідження є лінгвальні засоби репрезентації концептуальних екотем в англomовному біблійному екодискурсі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ключовими дискурсотвірними екоконцептами в біблійному екодискурсі виступають БОГ, ПРИРОДА, ЛЮДИНА і СОЦІУМ, що об’єднані в наративній формулі “БОГ створює світ ПРИРОДИ і ЛЮДИНИ (творця СОЦІУМУ) і приписує ЛЮДИНІ дотримуватися законів буття в цьому світі”, що підтверджує їх дискурсотвірний статус.

Специфікація взаємозв’язку зазначених екоконцептів дає змогу визначити основні концептуальні екотеми Біблії. **Концептуальна екотема** – це поєднання двох (чи трьох) ключових дискурсотвірних біблійних екоконцептів (БОГ – ЛЮДИНА, БОГ – ПРИРОДА, БОГ – ЛЮДИНА – СОЦІУМ, БОГ – ЛЮДИНА – ПРИРОДА), що репрезентують певну екотему шляхом їх співвіднесення між собою. Концептуальні екотеми визначають за допомогою їх реконструкції як інтерпретації концептуального змісту їх компонентів за допомогою когнітивних операцій, описаних у когнітивній граматиці Р. Ленекера (2008). До них належать специфікація / схематизація, фокусування, проміантність і перспективізація (там само, с. 55). Як зазначає С.А. Жаботинська (2013), застосування когнітивної операції до будь-якої *концептуальної моделі*, що демонструє характер зв’язку між концептами, перетворює її на *когнітивну модель*. У результаті конструювання на основі тієї самої концептуальної моделі можна створити кілька когнітивних моделей (с. 61).

У нашому дослідженні концептуальна модель тієї чи тієї екотеми задається комбінаторикою ключових дискурсотвірних біблійних екоконцептів; при цьому до сформованої концептуальної моделі застосовуються операції проміантності, профілювання та суположення траектора й орієнтира. Проміантність визначається Р. Ленекером (2008) як виокремлення певних елементів (Langacker, 2008, с. 66) на тлі менш виокремлених і експлікованих. Говорячи про профілювання, Р. Ленекер (2008) спирається на поняття концептуальної бази і профілю, важливі для розуміння сутності значення мовного знака. *Концептуальна база* – це весь обсяг інформації, що активується концептуальним змістом. *Профіль* є тією частиною бази, який формує її значення (с. 66). Під час

профілювання не речі, а відношення, його учасники мають різний ступінь промінантності. Більш промінантний, більш “висвітлений” учасник вважається *траектором* (trajector), менш промінантний тлумачиться як *орієнтир* (landmark). Траектор є первинним, а орієнтир – вторинним семантичним фокусом (Langacker, 2008, с. 66–67; Жаботинская, 2008, с. 67–68).

Отже, ключові дискурсотвірні біблійні екоконцепти БОГ, ПРИРОДА, ЛЮДИНА і СОЦІУМ профілюються в доменах, які ми називаємо концептуальними екотемами і які складаються з профіля і бази. Так, у концептуальній екотемі “Створення Богом природи” профілюються відношення екоконцептів БОГ – ПРИРОДА, а в концептуальній екотемі “Створення Богом людини (соціуму)” такими є БОГ – ЛЮДИНА – СОЦІУМ. В обох екотемах промінантним є екоконцепт БОГ (траектор), оскільки на нього спрямований основний фокус уваги. Саме Бог впливає на динамічний розвиток і зміну попереднього устрою, оцінює й описує ситуацію, пов’язану з появою ПРИРОДИ, ЛЮДИНИ, СОЦІУМУ, які в межах зазначених екотем виступають орієнтирами. В обох випадках “концептуальна база однакова, а профілі різні, що визначає різницю у значенні” (Лэнкер, 2006, с. 19). Оскільки відношення між екоконцептами подано в різних ракурсах, у першій екотемі акцент поставлено на створенні природи, а в другій – спочатку на творенні людини, а потім на соціумі.

У концептуальній екотемі “Ставлення людини до природи, створеної Богом” висвітлено відношення екоконцептів у послідовності БОГ – ЛЮДИНА – ПРИРОДА, а в концептуальній екотемі “Приписане Богом ставлення людини до сім’ї і суспільства” це БОГ – ЛЮДИНА – СОЦІУМ, де у фокусі уваги перебувають екоконцепти ЛЮДИНА – ПРИРОДА та ЛЮДИНА – СОЦІУМ, які, відповідно, виступають траекторами по відношенню до екоконцепта БОГ. Інтерпретації підлягає, по-перше, те, як людина ставиться до природи, створеної Богом; по-друге – її ставлення до сім’ї і суспільства за законами, заповідями, приписаними Богом.

У концептуальних екотемах “Ставлення Бога до людини” і “Ставлення людини до Бога” профілюються два екоконцепти – БОГ і ЛЮДИНА. Акцентований учасник ситуації набуває статусу траектора, а інший виступає орієнтиром. Отже, залежно від контексту змінюється профілюючий біблійний екоконцепт і, відповідно, формат концептуальної екотемі.

Розглянемо докладніше концептуальну екотему “Ставлення Бога до людини” на прикладі опису природної катастрофи в біблійній історії про перехід народу Ізраїлю через Червоне море, де актуалізовано екологічний субконцепт ПОКАРАННЯ. Зазначена концептуальна екотема стосується настанов Бога людині щодо правил її життя, що реалізується головню через випробування. У термінах когнітивної граматики траектором у сформульованій екотемі є БОГ, що наставляє людину на правильний шлях, а орієнтиром – ЛЮДИНА, яка підкоряється Господу.

Екологічний субконцепт ПОКАРАННЯ не завжди експлікований у біблійних історіях, але під час аналізу може бути виявлений завдяки відповідним смисловим ознакам. Покарання є наслідком негативного вчинку, у біблійному екодискурсі характер покарання є також засобом для виправлення чи навернення до віри в Бога. Катастрофи є інструментом у руках Бога: вони допомагають повернутися до Нього, зберегти людську гідність. В історії про природну катастрофу, пов’язану із загибеллю єгиптян у водах Червоного моря, концептуальним дескриптором є *Божа кара як прояв Божої волі*, який репрезентується на основі смислових ознак “величність Бога”, “характер катастрофи”, “покарання”, підкріплених множинними інконтекстами з книг Псалмів та Неємії Старого Заповіту.

Описувана природна катастрофа з книги Вихід Старого Заповіту (The Holy Bible, 1991) сталася після десяти покарань єгипетських, які, на нашу думку, можна вважати попередженням про майбутню подію.

Господь хотів визволити ізраїльський народ з рабства єгипетського, але цьому заважав фараон. Крім того, за наказом фараона єгиптяни кидали єврейських хлопчиків у воду, за що Господь

вирішив покарати кривдників водою (Щедровицкий, 2014, с. 376). Господь не повідомляє, як саме станеться катастрофа, але на її початку зазначає, що фараон буде переслідувати народ Ізраїлю, завдяки чому прославиться Господь (*will be honoured upon Pharaoh*), а єгиптяни таким чином зрозуміють, що Він є єдиним (*may know that I am the LORD*): “4. *And I will harden Pharaoh's heart, that he shall follow after them; and I will be honoured upon Pharaoh, and upon all his host; that the Egyptians may know that I am the LORD. And they did so*” (Ex 14: 4). Для втілення свого задуму Господь обрав праведником Мойсея.

Смислову ознаку “величність Бога” в біблійній історії про перехід народу Ізраїлю через Червоне море актуалізовано стилістично піднесеною лексикою і фразеологією: *the children of Israel* (сини ізраїльські), *salvation of the LORD* (спасіння Господа), *honour* (прославлятися), *an high hand* (сильна рука), прислівником *for ever* (назавжди), що підсилюють запевнення Господа в неминучості визволення Ізраїлю. Звернення Господа до свого народу, актуалізоване у висловленні з дієсловом у наказовому способі *Fear ye not and see the salvation of the LORD*, указує на їх зближення, скорочення дистанції між ними, у той час як засоби політемпоральності *have seen* (бачити), *shall see them again no* (більше їх не побачите знову) імплікують передбаченість змін, запевняючи в такий спосіб ізраїльтян, що їх спасіння на противагу від єгиптян відбудеться: “13. *And Moses said unto the people, Fear ye not, stand still, and see the salvation of the LORD, which he will shew to you to day: for the Egyptians whom ye have seen to day, ye shall see them again no more for ever*” (Ex 14: 13).

Смислова ознака “характер катастрофи” впливає з протиставлення двох лексичних одиниць – *light* (світло) і *darkness* (темрява). Стоячи в хмарі між табором Ізраїлю і табором Єгипту, Янгол Господній освітлював дорогу ізраїльтянам, тоді як Єгипет був у п'їтми: “19. *And the angel of God, which went before the camp of Israel, removed and went behind them; and the pillar of the cloud went from before their face, and stood behind them: 20. And it came between the camp of the Egyptians and the camp of Israel; and it was a cloud and darkness to them, but it gave light by night to these: so that the one came not near the other all the night*” (Ex 14: 19–20). У цьому контексті представлено два різних сценарії опису катастрофи. Перший сценарій зосереджено на допомозі ізраїльському народу, другий – на знищенні єгиптян. Поведінка людей під час переходу через море розкривається завдяки використанню дієслів руху: ізраїльтяни спокійно увійшли в море (*went into the midst of the sea*) та йшли сухоходом (*walked upon dry land in the midst of the sea*), оскільки море розділилося навпіл (*the waters were divided*), у той час як єгиптяни перебували в хаосі й напрузі: вони були стривожені (*troubled*), спочатку переслідували ізраїльтян (*pursued*), а потім почали рятуватися втечею від них (*flee*), оскільки зрозуміли, що ізраїльський народ захищає Господь.

Наведені сценарії вказують на амбівалентний характер цієї природної катастрофи, оскільки, освітлюючи і вказуючи шлях Ізраїлю, Господь дарував ізраїльському народу життя, а створюючи темряву, перегороджуючи шлях єгиптянам, карав їх смертю. Таким чином, у цій біблійній нарації наявна подвійність оцінки – позитивної, спрямованої на народ ізраїльський, і негативної, що стосується єгиптян.

Хоча єгиптяни переслідували народ Ізраїлю, за волею Бога ізраїльтянам удалося перейти море. Множинні іноконтексти з книг Старого Заповіту, що підтверджують перехід народу Ізраїлю через Червоне море, незважаючи на природну катастрофу, знаходимо в книзі Псалмів: “9. *He rebuked the Red sea also, and it was dried up: so he led them through the depths, as through the wilderness. 10. And he saved them from the hand of him that hated them, and redeemed them from the hand of the enemy. 11. And the waters covered their enemies: there was not one of them left*” (Ps 106: 9–11), та в книзі Неемії – “11. *And thou didst divide the sea before them, so that they went through the midst of the sea on the dry land; and their persecutors thou threwest into the deeps, as a stone into the mighty waters*” (Neh 9: 11). Ключовими в цих множинних контекстах є лексичні

одиниці і вирази, пов'язані семантикою допомоги і покарання, а саме *saved, redeemed* (урятував), *divide the sea* (море розійшлося), *the waters covered their enemies* (води покрили їх ворогів), *not left* (не залишився), *threwest into the deeps* (кидати в глибину). Саме вони окреслюють “розповідь величної картини ходи народу Божого по сухому дну між двох стін води, що розступилася. Жезл Мойсея, посланця Яхве, немовби володарює над стихіями, відкриваючи шлях до свободи” (Мень, 2003, с. 204).

Смисловою ознакою “покарання” позначені наслідки катастрофи. Для єгиптян це Божа кара, для ізраїльтян – віра в Господа і Його могутність: “31. *And Israel saw that great work which the LORD did upon the Egyptians: and the people feared the LORD, and believed the LORD, and his servant Moses*” (Ex 14: 31), що вербалізується лексичними одиницями *feared* (боялися), *believed* (повірили).

Смислова структура біблійної історії про перехід народу Ізраїлю через Червоне море вибудовується за певними етапами: 1) пояснюється зміст катастрофи; 2) висвітлюється божественний замисел, що буде досягнутий за посередництва майбутньої катастрофи; 3) обирається праведник, який є спостерігачем і учасником катастрофи; 4) описуються етапи та вияви зазначеної катастрофи; 5) обговорюються її наслідки (рис. 1).

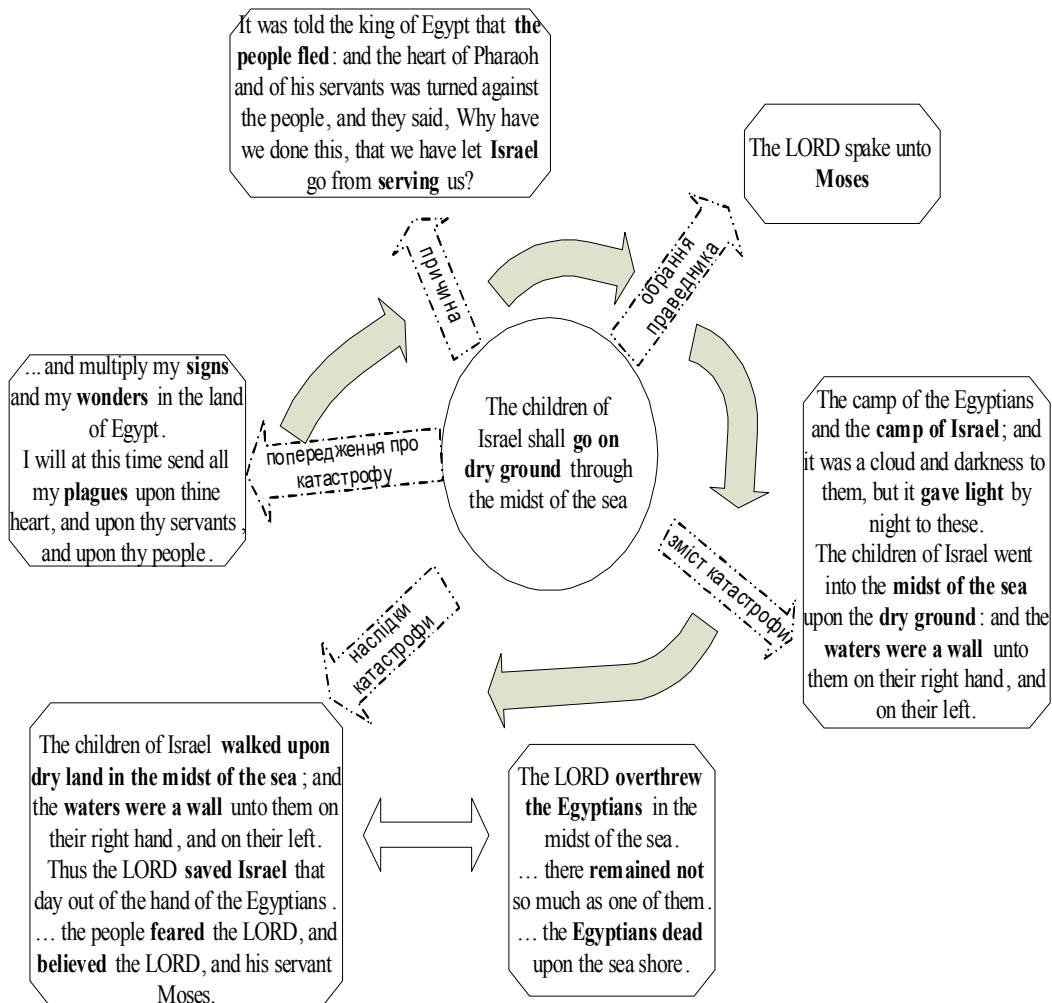


Рис. 1. Смислова структура історії про перехід народу Ізраїлю через Червоне море

На початку катастрофи Господь попереджає про неминучість майбутньої катастрофи і її причину, а для цього обирає праведника. Катастрофа розгортається за протилежними сценаріями залежно від вектора дії природних явищ. Для ізраїльтян море розступилося, вони пройшли суходолом посередині моря і, таким чином, врятувалися від переслідування єгиптян. І, навпаки, єгиптяни опинилися всередині моря за наказом Господа. Відповідно до змісту катастрофи споглядаємо різні її наслідки. Єгиптяни загинули, а ізраїльтяни врятувалися й увірвали в Господа.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Аналіз концептуального простору екодискурсу англомовної Біблії дозволив дійти висновків щодо специфіки ключових дискурсотвірних біблійних екоконцептів БОГ, ПРИРОДА, ЛЮДИНА, СОЦІУМ, які у своєму взаємозв'язку формують концептуальні екотеми Біблії, тобто ті теми, які розкривають сутність закладеного Богом гармонійного існування людини у створеному Ним світі. У нашому дослідженні було визначено такі екотеми: “Створення Богом природи”, “Створення Богом людини (соціуму)”, “Ставлення людини до природи, створеної Богом”, “Приписане Богом ставлення людини до сім’ї і суспільства”, “Ставлення Бога до людини”, “Ставлення людини до Бога”, які розкривають екологічний зміст Біблії. У межах концептуальної екотеми “Ставлення Бога до людини” в історії про перехід народу Ізраїлю через Червоне море ключові дискурсотвірні біблійні екоконцепти БОГ, ЛЮДИНА осмислюються крізь призму екологічного субконцепту ПОКАРАННЯ, репрезентованого концептуальним дескриптором *Божа кара як прояв Божої волі*, який визначається набором виокремлених смислових ознак у множинних іноконтекстах, які сукупно репрезентують смислову структуру біблійної історії.

Перспективу подальшого дослідження біблійних екотем убачаємо в розкритті когнітивних механізмів формування екоконцептів як ментальних репрезентацій цінностей, утілених у біблійному екодискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

- Вежбицкая, А. (1999). *Семантические универсалии и описание языков*. Москва: Языки русской культуры.
- Воробйова, О. П. (2011). Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*. 14(2), 53–64.
- Жаботинская, С. А. (2005). Лексическое значение: принципы построения концептуальной сети. *Zlovo z perspektivy jezykoznavcy i tlumacza, tom II*. Gdansk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, 53–62. Взято з uaclip.at.ua/2005-Gdanskeleksznachenie.doc
- Жаботинская, С. А. (2008). Модели репрезентации знаний в контексте различных школ когнитивной лингвистики: интегративный подход. *Когнитивные исследования языка. Типы знаний и проблемы их классификации*. (III). (61–74). Москва-Тамбов.
- Жаботинская, С. А. (2013). Имя как текст: концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции). *Когниция, коммуникация, дискурс*. 6, 47–76. Взято з <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-nob-2013/zabotinskaa-s-a>
- Кагановська, О. М. (2003). *Текстові концепти художньої прози: когнітивна та комунікативна динаміка (на матеріалі французької романістики середини ХХ сторіччя)*. (Автореф. дис. докт. філол. наук). Київ.
- Колесов, В. В. (2002). *Философия русского слова*. Санкт-Петербург: Юна.
- Лагутина, А. А. (2013). *Доминантные экологические реалии в современном немецком газетно-публицистическом дискурсе и средства их языковой категоризации*. (Автореф. дисс. канд. філол. наук). Воронеж.
- Лакофф, Дж., Джонсон, М. (1990). Метафоры, которыми мы живем. *Теория метафоры*. (с. 387–415). Москва.

- Лэнекер, Р. В. (2006). Концептуальная семантика и символическая грамматика. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 3(009), 15–27.
- Маргинюк, А. П. (2012). *Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна.
- Мень, А., протоиерей. (2003). *Исагогика*. Москва: Фонд имени Александра Меня.
- Ніконова, В. Г. (2008). *Концептуальний простір трагічного в п'єсах Шекспіра: поетико-когнітивний аналіз*. (Дис. докт. філол. наук). Дніпропетровськ.
- Панасенко, Н. И. (2010). *Фитонимическая лексика в системе романских, германских и славянских языков (опыт ономаσιологического и когнитивного анализа)*. Черкассы: БРАМА-УКРАИНА.
- Приходько, А. М. (2008). *Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики*. Запоріжжя: Прем'єр.
- Пылаева, Е. М. (2015). *Актуализация ключевых концептов текста перевода: эколнгвистический подход (на материале романа А.В. Иванова "Географ глобус пропил" и его перевода на французский язык)*. (Дис. канд. филол. наук). Пермь.
- Райкен, Л. (2002). *Библия как памятник художественной литературы*. Киев – Санкт-Петербург: Центр просветительских программ МАХШ.
- Степанов, Ю. С. (2004). *Константы: словарь русской культуры*. Москва: Академический Проект.
- Широков, В. А., Шевченко, Л. Л. (2010). До питання про системну концептографію Святого Письма. *Мовознавство*. 4–5, 98–105.
- Щедровицкий, Д. В. (2014). *Введение в Ветхий Завет. Пятикнижие Моисеево*. Москва: Теревинф. Взято з http://shchedrovitskiy.ru/PDF/978-5-4212-0184-7_Svodn7.pdf
- Clausner, T. C., Croft, W. (1999). Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 10(1), 1–31. doi: 10.1515/cogl.1999.001
- Fauconnier, G., Turner, M. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.
- Fillmore, Ch. (1968). The case for case. *Universals in Linguistic Theory*. (p. 1–88). New York.
- Goldberg, A. E. (1995). *Constructions: A Construction Grammar Approach to Argument Structure*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press.
- Langacker, R. W. (2008). *Cognitive Grammar: A Basic Introduction*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1093/acprof:oso/9780195331967.001.0001
- Rosch, E. (1988). Principles of categorization. *Readings in Cognitive Science*. (p. 312–322). doi:10.1016/b978-1-4832-1446-7.50028-5

ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

The Holy Bible. (1991). *The Holy Bible: King James Version*. New York: Ivy Books.

REFERENCES

- Clausner, T. C., Croft, W. (1999). Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 10(1), 1-31. doi: 10.1515/cogl.1999.001
- Fauconnier, G., Turner, M. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.
- Fillmore, Ch. (1968). The case for case. *Universals in Linguistic Theory*. (p. 1-88). New York.
- Goldberg, A. E. (1995). *Constructions: A Construction Grammar Approach to Argument Structure*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Kahanovs'ka, O. M. (2003). *Tekstovi kontsepty khudozhn'oi prozy: kohnityvna ta komunikatyvna dynamika (na materialy frantsuz'koi romanistyky seredyny KhKh storichchia)*. (Avtoref. dys. dokt. filol. nauk). Kyiv.

- Kolesov, V. V. (2002). *Filosofija russkogo slova*. Sankt-Peterburg: Juna.
- Lagutina, A. A. (2013). *Dominantnye jekologicheskie realii v sovremennom nemeckom gazetno-publicisticheskom diskurse i sredstva ih jazykovej kategorizacii*. (Avtoref. diss. kand. filol. nauk). Voronezh.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1990). Metafory, kotorymi my zhivem. *Teorija metafory*. (s. 387-415). Moskva.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press.
- Langacker, R. W. (2008). *Cognitive Grammar: A Basic Introduction*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1093/acprof:oso/9780195331967.001.0001
- Ljeneker, R. V. (2006). Konceptual'naja semantika i simvolicheskaja grammatika. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. 3(009), 15-27.
- Martyniuk, A. P. (2012). *Slovnnyk osnovnykh terminiv kohnityvno-dyskursyvnoi linhvistyky*. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina.
- Men', A., protoierej. (2003). *Isagogika*. Moskva: Fond imeni Aleksandra Menja.
- Nikonova, V. H. (2008). *Kontseptual'nyj prostir trahichnoho v p'iesakh Shekspira: poetyko-kohnityvnyj analiz*. (Dys. dokt. filol. nauk). Dnipropetrovs'k.
- Panasenko, N. I. (2010). *Fitonimicheskaja leksika v sisteme romanskih, germanskih i slavjanskih jazykov (opyt onomasiologicheskogo i kognitivnogo analiza)*. Cherkassy: BRAMA-UKRAINA.
- Prykhod'ko, A. M. (2008). *Kontsepty i kontseptosystemy v kohnityvno-dyskursyvnyj paradyhmi linhvistyky*. Zaporizhzhia: Prem'ier.
- Pylaeva, E. M. (2015). *Aktualizacija kljuchevykh konceptov teksta perevoda: jekolingvisticheskij podhod (na materiale romana A.V. Ivanova) "Geograf globus propil" i ego perevoda na francuzskij jazyk*. (Dis. kand. filol. Nauk). Perm'.
- Rajken, L. (2002). *Biblija kak pamjatnik hudozhestvennoj literatury*. Kiev – Sankt-Peterburg: Centr prosvetitel'skih programm MAHSh.
- Rosch, E. (1988). Principles of categorization. *Readings in Cognitive Science*. (p. 312–322). doi:10.1016/b978-1-4832-1446-7.50028-5
- Shhedrovickij, D. V. (2014). *Vvedenie v Vethij Zavet. Pjaticknizhie Moiseevo*. Moskva: Terevinf. Vziato z http://shchedrovitskiy.ru/PDF/978-5-4212-0184-7_Svodn7.pdf
- Shirokov, V. A., Shevchenko, L. L. (2010). Do pitannya pro sistemnu konceptografiju Svjatogo Pis'ma. *Movoznavstvo*. 4-5, 98-105.
- Stepanov, Ju. S. (2004). *Konstanty: slovar' russkoj kul'tury*. Moskva: Akademicheskij Proekt.
- The Holy Bible. (1991). *The Holy Bible: King James Version*. New York: Ivy Books.
- Vezhbickaja, A. (1999). *Semanticheskie universalii i opisanie jazykov*. Moskva: Jazyki russkoj kul'tury.
- Vorobjova, O. P. (2011). Kontseptolohiia v Ukraini: zdobutky, problemy, prorakhunky. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho linhvistychnoho universytetu. Seriia Filolohiia*. 14(2), 53-64.
- Zhabotinskaja, S. A. (2005). Leksicheskoe znachenie: principy postroenija konceptual'noj seti. *Zlovo z perspektyvy jazykoznavcy i tlumacza, tom II*. Gdansk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, 53-62. Vziato z uacip.at.ua/2005-Gdanskleksznachenie.doc
- Zhabotinskaja, S. A. (2008). Modeli reprezentacii znaniy v kontekste razlichnyh shkol kognitivnoj lingvistiki: integrativnyj podhod. *Kognitivnye issledovanija jazyka. Tipy znaniy i problemy ih klassifikacii*. (III). (61-74). Moskva-Tambov.
- Zhabotinskaja, S. A. (2013). Imja kak tekst: konceptual'naja set' leksicheskogo znachenija (analiz imeni jemocii). *Kognicija, komunikacija, diskurs*. 6, 47-76. Vziato z <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no6-2013/zabotinskaa-s-a>

Дата надходження до редакції 07.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 811.161.2?36:654.19(045)

**ВАРІАНТНІСТЬ У РЕАЛІЗАЦІЇ
ГРАМАТИЧНОЇ КАТЕГОРІЇ РОДУ ІМЕННИКІВ
(на матеріалі мовлення сучасного українського телебачення)**

ЗАЙЦЕВА О. М.

аспірант
Київський національний лінгвістичний університет
helenzaitseva@i.ua

У статті здійснена спроба проаналізувати іменники, які зазнали варіантних змін граматичної категорії роду в межах сучасних мовних тенденцій, що реалізуються нині в мовленні українського телебачення, також окреслено деякі причини появи таких тенденцій, частотність уживання таких іменників. Крім того, подано короткий огляд кодифікації в словниках певних іменникових одиниць, що варіюються морфологічними показниками граматичного роду. У ході аналізу з'ясовано, що носії телевізійного мовлення все частіше обирають морфолого-граматичний варіант на користь питомого відповідника граматичної категорії роду, нерідко й ревіталізованого або ж діалектного слова чи рідковживаного. Формально-граматичні показники категорії роду іменника сучасного телемововжитку зміщуються, реалізуючись у таких модифікаціях: чоловічий рід → жіночий рід, жіночий рід → чоловічий рід.

Ключові слова: варіантність, мовна тенденція, телемовлення, граматична категорія роду, іменник, чоловічий рід, жіночий рід.

**VARIABILITY IN GENDER CATEGORISATION OF NOUNS
(in contemporary Ukrainian TV speech)**

ZAITSEVA Olena Mykolayivna
PhD student
Kyiv National Linguistic University
helenzaitseva@i.ua

Introduction. Nowadays the language of modern television broadcasts' speeches is more and more in the focus of linguistic study. Special interest of given paper is comprised by the variability in gender categorization of nouns as it occurs in speeches of Ukrainian TV programs anchorpersons. The object of the paper is the choice of nouns in modern TV speech, that is distinguished due to the variability of grammatical category of the gender of nouns ways of realization.

Purpose of the article is to analyze the nouns that have suffered changes in the grammatical category of gender within the current language trends being implemented in the broadcast of Ukrainian television. In addition, the aim is to outline some of the reasons for the emergence of such tendencies, the relative use of these nouns, the degree of codification in modern lexicographic sources.

Methods of research. The research is grounded on descriptive method, the method of empiric analysis, immediate constituents' analysis, and contextual analysis.

Results. Studying the language used in contemporary Ukrainian TV speeches convincingly demonstrated how formal-grammatical indicators of the category of gender of nouns in modern telecommunication vary (shift), implemented in the following modifications: male genus → female genus, female genus → male genus. In addition, the review of codification in the dictionaries of the analyzed noun units shows that variational changes in the morphology of the noun and in particular, in its morphological and grammatical categories nowadays cause not only the dislocation of the current linguistic norm, but also tend to change the morphological norms.

Conclusion. Analyzing the language used in speeches of informative and entertaining Ukrainian TV programs' anchorpersons, we have concluded that they prefer to choose different grammatical variations in favor of a specific counterpart to the grammatical category of the gender, often a revitalized or dialectal word used.

Keywords: variability, linguistic tendency, television broadcasting, grammatical category of the gender, noun.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. У сучасній українській мові іменник виявляє тенденцію до мовної варіантності, в основі якої, як зазначає М.Д. Карп'юк, “лежить співіснування паралельних засобів мови, які мають спільне лінгвістичне, у тому числі й граматичне значення, але різняться сферою поширення” (1978). Ця особливість іменника виявляється на всіх мовних рівнях: лексичному, синтаксичному, словотвірному. Відбито її і в морфологічній системі мові. Вважаємо актуальним дослідження варіантності граматичної категорії роду іменника, оскільки варіантні зміни в морфології іменника, зокрема, в його морфолого-граматичних категоріях, нині зумовлюють не лише розхитування чинної мовної норми, а й виявляють тенденцію до зміни морфологічних норм. Особливо це стосується динаміки граматичних категорій зі змінними іменниковими формами, до яких і належить категорія роду, що потребує стратифікації як “класифікаційна самостійна морфологічна категорія, яка в типових виявах має диференційовану сукупність афіксів (флексій і суфіксів) для свого вираження, поєднує семантико-граматичний зміст назв істот на ґрунті їхнього стосунку до біологічної статі або недорослості та формально-граматичний зміст назв неістот і складається з грамем чоловічого, жіночого і середнього роду” (Вихованець, Городенська, 2004).

Мета цієї статті – виявити й дослідити варіанти норми в межах граматичної категорії роду іменників, що реалізовані в українському телевізійному мовленні, з'ясувати причини їх виникнення, відносну частоту уживаності у мові й вплив на мовний узус і норму.

Аналіз останніх публікацій. Категорію роду іменника в українській мові досліджувало чимало відомих лінгвістів, зокрема: І.Р. Вихованець і К.Г. Городенська (2004), Є.А. Карпіловська (2007), І.Г. Матвіяс (1974), В.В. Поставний (1974), Родніна (1963) та ін. Однак їхні праці стосуються переважно теоретичних аспектів морфології іменника. Нашу ж увагу привертає насамперед реалізація в межах норми варіантних форм граматичної категорії роду іменника в живому мовленні і в мовленні українського телевізійного соціуму.

Мову телебачення з погляду нормативності вивчали українські мовознавці О.О. Тараненко (2015), О.А. Стишов (2005), Є.А. Карпіловська (2007) та ін. У засобах масової інформації нормативність, як відомо, має бути основним критерієм вибору мовного варіанта. Журналісти, ведучі сучасних українських телепрограм повинні дотримуватися норм української літературної мови. Проте демократизація суспільства посприяла розхитуванню норм українського телевізійного мовлення, зокрема й у сфері морфологічних категорій іменника, а саме категорії роду. І.Г. Матвіяс (1974) свого часу зазначав, що “хитання щодо роду в іменниках іншомовного походження буває зумовлене різними причинами. Інколи воно може відбивати стан неунормованості, подвійності в самій мові – джерелі чи посереднику або (частіше) таке хитання – наслідок різних джерел і шляхів запозичення” (с. 29).

Варіантні вияви категорії роду іменника ми зафіксували в мовленні українських найбільш рейтингових телеканалів. Матеріал дібрано з телефіру різних сучасних телепередач, насамперед інформаційних, аналітичних, науково-публіцистичних: “Вікна” на СТБ, “Факти” та “Факти тижня” на ICTV, “ТСН” та “ТСН тижня” на каналі “Студія 1+1”, “Новини” на каналі “112 Україна”, блоки новин на телевізійних каналах NewsOne, Еспресо TV, 24 канал та деяких інших. Динамічні варіантні морфолого-граматичні процеси, відтворювані в мові системно, послідовно й частотно, безумовно, знаходять свою реалізацію у мовних тенденціях. Про це раніше зазначала Г.І. Лиса (2015), наголошуючи, що “динаміка родової категоризації іменника в сучасній

українській мові виявляється в розвитку деяких тенденцій та їх лексикографічного закріплення” (с. 287). Термін **мовна тенденція** тлумачимо за Є.А. Карпіловською (2007), яка трактує його “як позначення основного поняття, що відбиває динаміку мови в певний відрізок часу та в певних умовах її функціонування” (с. 3), покликаючись на праці німецького дослідника сучасних слов’янських мов К. Гутшмідта. Учений трактує тенденцію як “спрямування мовних процесів або змін, що відбуваються у формі закріплення інновацій чи усунення застарілих мовних одиниць, конструкцій, норм” (Карпіловська, 2007, с. 3). Сама ж дослідниця сучасних тенденцій характеризує цю дефініцію як “перевагу у вияві тих чи інших мовних змін, стійкості певних типів інновацій” (Карпіловська, 2007, с. 3).

Якщо ж уживані в мові явища, що відповідають певній тенденції, стають настільки частотними й відтворюваними повсякчас мовцями в живомовній практиці, їх кодифікують в лексикографічних виданнях і поступово вони закріплюються мовним узусом. Щодо варіантних (дублетних) форм у межах морфолого-граматичної парадигми, то очевидним є те, що один з варіантів (найменш уживаний) відходить на периферію мови, інший – найбільш уживаний – домінує в мовному узусі носіїв мови. Про такі переміщення варіантів неодноразово зазначали В.А. Чабаненко, Л.І. Кучеренко, О.А. Стишов, В.В. Поставний, Н.Ф. Клименко та інші науковці.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Однією з тенденцій сучасного телемовлення є варіювання родових грамем іменників-неістот, а саме: уживання грамеми жіночого роду замість усталеної грамеми чоловічого роду й навпаки, хоч одразу зазначимо, що перший варіант дещо частотніший у мовленні телебачення. Іменники-назви неістот мають своєрідний формально-граматичний план вираження. Вони членуються за родами суто формально, адже не мають відмінностей з погляду семантико-граматичного змісту. Як зазначає І.Р. Вихованець (2004), “їхня родова диференціація семантично не мотивована. Категорії роду, у яку об’єднуються такі іменники, притаманні в такому випадку ознаки формальних класів, які і дають підстави вважати, що з-поміж іменникових категорій рід займає периферійне місце, перебуває в тій периферійній площині, де перетинаються морфологічні категорії і формальні класи” (с. 85). Надалі ж ітиметься про такі варіантні пари іменників, що репрезентують собою загальні назви неістот: *метод – метода, зал – зала, філіал – філія* і под. Очевидним є те, що закріплена морфологічна норма таких парних, переважно запозичених номінацій окреслена грамею чоловічого роду: *метод, зал, філіал*. У цьому контексті слушними є зауваги К.С. Горбачевича (1971), який на матеріалі російської мови довів, що закріплення певного граматичного роду в запозиченні відбувається зазвичай шляхом підрівнювання до роду слів у рідній мові (у певному сенсі аналогічних запозиченому) (с. 159). Учений також вважав положення про те, що форма роду в запозиченого слова цілком визначається родом цього слова в мові-джерелі, не завжди правильним. У цьому питанні дослідник покликається на праці А.В. Суперанської, яка зазначила, що “не завжди можна безпомилково визначити джерело запозичення і не всі мови, з яких ми черпаємо запозичення, мають категорію роду” (с. 159). Саме тому відсутність у певній мові категорії роду означає відсутність у ній граматичного протиставлення іменників за родостатевою ознакою, зауважував в енциклопедичній статті В.М. Русанівський (2000).

Отже, з огляду на те, що в оформленні іншомовних слів українською мовою діє принцип мовної аналогії, цілком логічно, що в мові донині домінантною була форма чоловічого роду, наприклад, слово *метод*, а не *метода* (жіночого роду). К.С. Горбачевич (1971) свого часу зазначав, що коливання граматичного роду характерні для 1) питомих слів; 2) запозичень з м’якою основою; 3) запозичень з твердою основою на приголосний (с. 155). До останніх і належать такі запозичення, як *метод – метода* і подібні.

У мові українського телебачення останнім часом нерідко спостерігаємо тенденцію до вибору на користь форми жіночого роду за наявності в мові форм чоловічого роду, тобто реалізовано

видозміну **чоловічий рід** → **жіночий рід**. Серед фрагментів мововжитку журналістів та телеведучих зафіксовано уживання грамеми жіночого роду (з відповідною флексією **-а (-я)**) на місці традиційної форми чоловічого роду з нульовим закінченням: *це моя метода* (112 Україна, Студія 112 Live, 17.02.2016 р., 13.15, ведучий); *відкрили три нових філії* (Студія 1+1, ТСН тижня, 29.10.2017 р., 19.30, журналістка); *відсуває ліжко, висуває комоду* (Студія 1+1, ТСН тижня, 28.10.2017 р., 19.30, журналістка); *друга компонента полягає в тому, що ...* (112 Україна, Студія 112 Live, 01.04.2017 р., 11.15, гість студії). У телемовленні трапляються й не дуже частотні утворення з формальним показником жіночого роду (із флексією **-ія**) і певним емоційно-стилістичним відтінком у семантиці: *карнавалія триває* (Студія 1+1, ТСН, 12.02.2011, 19.30, ведуча, а також у графічному відтворенні). Уживання цієї одиниці в значенні загальної назви, очевидно, перенесено з інноваційної номінації – власної назви, як-от: *триває 5-й ювілейний бал "Карнавалія"* (Студія 1+1, ТСН, 12.02.2011, 19.30, ведуча). Відзначимо, що варіантна форма *комода* (жіночий рід) є досить давньою, її фіксує Словник української мови Б.Д. Грінченка (1908, с. 276), хоча походить вона з французької мови за російського та польського посередництва (ЕСУМ, 1982-1989, с. 539); слово *метода* в СУМі (1970-1980) марковане як *книжне, застаріле*. Про варіанти із таким маркуванням В.В. Поставний (1974) писав: "Нормативні джерела досить часто засвідчують функціональну спроможність членів варіантної пари, позначаючи менше вживані варіанти помітками "застаріле", "діалектне", "рідковживане", "розмовне" тощо (с. 36). Про це раніше зазначав і Ю. Шевельов (2002), засуджуючи диктаторське вилучення українських питомих форм за часів домінування російської мовної політики.

Отже, як бачимо, форми одного граматичного роду трансформуються в інший, при цьому відповідно змінюється формально-граматичний показник категорії роду: грамема чоловічого роду змінюється на граему жіночого. Та окремо слід виділити ще й інший вид варіантної модифікації, що відбувається в межах одного граматичного роду, натомість диференціюється лише закінчення іменників, як, наприклад, спостерігаємо у варіантній парі *роль – роля: ви одразу увійшли в **ролю*** (СТБ, "Танцюють всі", 11.11.2015 р., 15.45, ведуча).

Серед репрезентантів найуживанішої варіантної модифікації роду іменника (**чоловічий рід** → **жіночий рід**), найбільшу частотність у сучасному українському мовленні виявляє іменникова пара *зал → зала*. Варто відзначити, що *зала* кодифіковано в академічних фундаментальних словниках як паралельне основному загальноновживаному *зал*, зокрема у Словнику української мови в 11-ти томах (СУМ, 1970-1980, с. 179), а також у сучасних і деяких новітніх лексикографічних виданнях, зокрема в Сучасному орфографічному словнику української мови (180 тис. слів) (СОСум, 2009, с. 283), у Словнику української мови в 20-ти томах (СУМ, 2013). З огляду на це варіант *зала* є загальноновживаним, нормативним (його значення абсолютно ідентичне значенню *зал* "те саме, що зал" (СУМ, 1970-1980), проте в реальному мовленні цю одиницю донедавна вживали рідко. У сучасному ж (новітньому) телевізійному мововжитку родову форму *зала* демонструють такі фрагменти: *для тих, хто любить поїсти без свідків – окрема **зала*** (Студія 1+1, ТСН, 22.09.2017 р., 19.30, журналістка); *у цій спортивній **залі*** (ICTV, Надзвичайні новини, 29.09.2017 р., 09.20, журналістка); *а це репетиція концерту в актовій **залі*** (24 канал, Новини, 01.10.2016 р., 21.00, журналістка); *кілька хвилин – і **зала** наповнюється* (112 Україна, Студія 112 Live, 27.04.2017 р., 06.15, журналістка); *перша **зала**, яка призначена для показу* (Студія 1+1, "Аргумент-кіно", 13.11.2016 р., 01.30, гостя студії); *такий результат розбірок за приміщення **гральної зали*** (ICTV, Факти тижня, 04.02.2018 р., 18.45, журналістка); *відбулася інспекція в бенкетній **залі** ресторану* (Студія 1+1, "Новий інспектор Фреймут. Міста", 06.11.2016 р., 12.05, ведуча).

Як видно з наведених прикладів, пошуки нових, оригінальних виражальних засобів у мові змушують мовців вдаватися до варіантних (варіантних рідковживаних, варіантних діалектних чи варіантних давніх) формально-граматичних дублетних виявів. Активізація форм *зала, метода*,

роля, комода, фільма, санаторія і под. свідчить про ревіталізацію (відродження) орфоепічних й орфографічних норм часів українізації кінця 20-х років ХХ ст. К.С. Горбачевич (1971) констатує, що “живомовна українська практика й узус тих часів відбивали таку вимовну норму як паралельну” (с. 156). Принагідно зазначимо, що ці форми були характерними для української мови й раніше, на межі ХІХ і ХХ ст., зокрема фіксуємо їх у мові й творах українських письменників указанного періоду. Пор. в оповіданні М. Коцюбинського (1979) “Дебют”: “Потому бігла у хати робити лад. Перевертала усе в буфеті, висувала шухляди **комоди** і так їх лишала, бралась за щітку, щоб замітати підлоги, і коли за нею бігли збентежені слуги, вона їх відсувала рішуче: – Ні, ні, спочиньте трохи. У вас і так багато діла” (с. 261); “Яка сила пхає мене в безодню і каже: **грай ролю** – іменно, іменно, я розумію, що се лиш гра! – і дає мені певність, що не покину гри і не обірву **ролі**, аж поки не доведу їх до самого краю, які б результати не були; що так само, як досі, я буду втискати в душу чужої людини свою істоту, накидати свої бажання, засівать своє “я” (с. 266). Іменники *комода, роля* і под. утворюють, як правило, варіантні пари. І. Г. Матвійс (1974) стверджує, що “велика кількість таких варіантних пар припадає на запозичення з грецької, латинської, французької, німецької та інших мов: *візит – візита, зал – зала, комод – комода*” (с. 2).

У сучасному мовленні до тенденційного варіантного вживання можна віднести й протилежну модифікацію: **жіночий рід** → **чоловічий рід**. Причому така варіантна модифікація притаманна більшою мірою питомим іменникам, не запозиченим. Зокрема, особливою частотністю відзначається одиниця *сховок*, яка разом із *схованка* репрезентує спільну кореневу морфему, що, на нашу думку, є носієм тієї самої семи, об’єднаної певним категоріальним значенням. Словотвірна організація слів *сховок* і *схованка* має спільну дієслівну етимологію: *сховок* (як віддієслівний іменник) походить від дієслова *сховати* (*схов/ок* ← *с/хов/а/ти*), а *схованка* – від дієприкметника *схований*, який у свою чергу утворений від дієслова *сховати* (*схова/н/к/а* ← *схова/н/ий* ← *с/хов/а/ти*) (УРСС, 1995, с. 230). Таким чином, за морфологічно-граматичними показниками і на основі спільних лексичних значень, що кодифіковані в академічному 11-томному СУМі, одиниця *сховок* є паралельною і, певною мірою, варіантною до *схованка*. Пор.: *Схованка, и, ж.* “Місце, де можна сховатися від кого-, чого-небудь, знайти притулок, захист; схов, укриття” (СУМ, 1970-1980, с. 890). *Сховок, вку, ч.* “Місце, де можна сховатися, укритися, захиститися від кого-, чого-небудь; схованка, укриття” (12, с. 892). Як бачимо, слово *сховок* кодифіковане як рівнозначне зі *схованка* за семантикою, навіть без маркування *рідковживане*, однак у реальному мовленні воно траплялося зрідка, переважно у певному діалектному ареалі, зокрема у волинських говірках. У мовленні ж централізованого (не регіонального!) українського телебачення цю діалектну одиницю почали вживати передусім для відображення регіонального мовного колориту і здебільшого на позначення “укриття, схрону для бійців колишньої УПА”. У мововжитку журналістів та телеведучих інформаційних, пізнавальних, аналітичних телепередач сучасного синхронного періоду констатуємо саме такі (вузькорегіональні, колоритні) реалізації цього слова: *сховки* *почали діяти ще в 30-х роках* (24 канал, Пізнавальні програми: наші, 01.01.2017 р., 11.15, голос ведучого за кадром); *сховки* *були по всій Волині* (24 канал, Пізнавальні програми: наші, 01.01.2017 р., 11.15, голос ведучого за кадром); *виявивши сховок, радянські війська ...* (24 канал, Пізнавальні програми: наші, 01.01.2017 р., 11.15, голос ведучого за кадром). Натомість нині в мовленні телепередач не історичного спрямування (тобто не про бійців УПА), а досить різного за жанром *сховок* уживається саме як варіант морфолого-граматичної норми *схованка* (за аналогією до *спадок – спадщина*), наприклад: *неприємний запах привів до страшного сховку* (ICTV, Надзвичайні новини, 04.12.2017 р., 19.20, ведучий). Також зафіксовано уживання одиниці *сховок* у мові мультиплікаційних фільмів на дитячому телеканалі Plus-Plus: *ідеальний сховок пустельного пірата* (Plus-Plus, м/ф “Джейк і пірати з Небувалії”, 23.09.2017р., 10.20, голос за кадром); *він*

провів весь день у **сховку** (Plus-Plus, м/ф “Ніндзяго”, 11.06.2017 р., 21.30, голос за кадром); *кажу тобі: сховку немає* (Plus-Plus, м/ф “Ліло і Стіч”, 19.03.2017 р., 15.45, голос за кадром). Відповідно варіант *сховок* закріплено й орфографічною нормою. Сучасний орфографічний словник української мови подає обидва слова: *сховок* і *схованка* (СОСум, 2009, с. 856). Отже, нині спостерігаємо тенденцію до зміни морфологічної норми в цьому слові в сучасному медіавжитку: грамема жіночого роду поступається грамемі чоловічого роду.

Подібної морфологічної модифікації в мові телебачення зазнав іменник *мотузок*: грамема чоловічого роду із нульовою флексією усе частіше фігурує на місці узуальної грамеми жіночого роду із закінченням *-а*: *у мене є довгий мотузок* (Plus-Plus, м/ф “Блиск і монстромашини”, 29.08.2017 р., 09.00, голос за кадром); *перевіримо, чи може вона [акула] перекусити довгий мотузок* (Plus-Plus, м/ф “Блиск і монстромашини”, 29.08.2017 р., 09.00, голос за кадром). СУМ не маркує одиницю *мотузок* як діалектну, хоч вона поширеніша в мові південно-західного наріччя. 11-томне академічне видання одиниці *мотузок* і *мотузка* за семантикою ставить в один ряд як паралельні, навіть без відтінка значення. Пор.: *Мотузок, зка, ч.* “Зісуканий із прядива виріб для зв’язування або прив’язування кого-, чого-небудь” (СУМ, 1970-1980, с. 813). *Мотузка, и, ж.* “Те саме, що мотузок” (СУМ, 1970-1980, с. 813).

Іменник *повінь* в українській мові має чітко фіксоване значення граматичного роду – жіночого. Формою жіночого роду марковано цю одиницю і в Словнику української мови Б.Д. Грінченка (1908, с. 222). Однак у мові сучасних теленовинних блоків її реалізовано з флексією чоловічого роду, що вказує на порушення морфологічної мовної норми: *відзначився черговим повенем* (112 Україна, Новини, 03.05.2017 р., 12.00, ведуча); *повінь у Греції забрав життя п’ятнадцяти людей* (24 канал, Новини, 16.11.2017 р., 12.00, ведуча).

Як морфологічний варіант (або просто дублет) можна трактувати варіантну питому пару *сусід – сусіда*, оскільки диференційна ознака тут виражена лише граматично – варіантними флексіями (чоловічий рід – нульова флексія, жіночий рід – флексія *-а*). Наприклад: *О.Савельєв – сусіда* (СТБ, Вікна, 31.05.2017 р., 18.00, у графічному відтворенні). Одиниця *сусіда*, хоч і має формальні ознаки жіночого роду, однак за семантичним наповненням належить до спільного роду, чоловічого й жіночого. Зазначимо, що цей іменник фіксовано не лише в СУМі (із значенням “те саме, що сусід і сусідка” (СУМ, 1970-1980, с. 856), він представлений і в Словнику Б.Д. Грінченка, у якому його значення витлумачено майже так само, як у СУМі: Те саме, що 1) Сусід. 2) Підсусідок. 3) Сосідка (14, с. 281). Сучасний орфографічний словник української мови фіксує його як лексему чоловічого й жіночого роду (СОСум, 2009, с. 854).

У сучасній лінгвістичній науці вже доведено, що активізація варіантних різнорівневих мовних явищ відбувається на межі певних синхронних періодів. У своїх дослідженнях В.Н. Ярцева (1990), покликаючись на праці А.Ю. Русакова, зазначає: “Варіативність є підґрунтям (точкою), у якому здійснюється синтез традиційної синхронної й діахронної лінгвістики” (с. 119). Мова ніби сама, до того ж під впливом різних суспільних і лінгвальних чинників, висуває такий собі широкоаспектний прошарок – варіантність, який поєднує синхронні відтинки й діахронію. В.Н. Ярцева (1990) досить влучно характеризує суть варіантності: “Саме варіювання слугує для подолання розриву між синхронією та діахронією” (с. 119). Морфологічну варіантність, на думку цієї дослідниці, можна виявити на основі морфемного аналізу (с. 119).

Розвиток морфологічної варіантності засвідчує також поява нових фемінативів на означення осіб жіночої статі за родом діяльності чи професійним спрямуванням. Ця тенденція – не нова, вона розпочалася майже десять років тому. Ініціював уживання фемінативів, як і чимало інших варіантних явищ, телеканал СТБ, підхопили цю практику Студія 1+1, ICTV, а також молоді, менш рейтингові українські телеканали 112 Україна, 24 канал, Еспресо TV, NewsOne. Попри те, що в мові телебачення фемінативи вживають непослідовно, тенденція набула виразності, про що свідчать фрагменти мововжитку останніх часів: *його Валентина, тоді – волонтерка*

(СТБ, Вікна, 17.02.2017 р., 18.00, журналістка); *канцлерка* неоднозначно поглянула в його бік (112 Україна, Новини, 18.03.2017 р., 13.10, ведучий); *лейтенантка* несе службу на рівні інших (СТБ, Вікна, 12.12.2016 р., 18.00, журналіст); *бой-френд* відомої *ді-джейки* (24 канал, Весті UA, 16.02.2017 р., 12.30, ведучий); *коляківські майстрині* (ICTV, Факти, 10.02.2017 р., 18.45, журналістка); *найкраща композиторка* Богдана Фроляк (Студія 1+1, ТСН, 20.02.2017 р., 19.30, ведуча); *неофіційна нарада* за участі *прем'єрки* (112 Україна, Новини, 23.05.2017 р., 07.00, ведуча); *як не пригадати і партнерку* Лесика – дівчинку Лесю (24 канал, Згадати все, 15.04.2017 р., 14.30, голос ведучого за кадром); *знавчиня* слова (Еспресо TV, Студія, 14.02.2017 р., 12.15, ведуча); *Мішель називає бабцю "пані професорка"* (24 канал, Наші, 16.02.2017 р., 12.45, голос ведучої за кадром); *Ганна – психологиня* (СТБ, Вікна, 12.12.2016 р., 18.00, журналістка).

Варто відзначити, що в сучасному українському мовознавстві (і в суспільстві загалом) ставлення до фемінативів не однозначне. Одні з науковців (О.О. Тараненко, А.М. Архангельська та ін.) відверто не сприймають таких новотворів, як *психологиня*, *філологиня*, *професорка*, *деканка*, *знавчиня*, інші (М.Д. Гінзбург, А. М.Нелюба, С.П. Семенюк та ін.) – навпаки, стають на захист фемінативів, аргументуючи тим, що вони типові для української мови і властиві їй здавна. А.М. Архангельська (2014) критично оцінює мовну політику ЗМІ, які переконують: чим більше таких “найчудніше уклепаних” (І. Верхратський) слів уживають український мовець і “мовкиня” vs. “мовчиня”, то більш шляхетним і українським є їхнє мовлення. Смак доби притупляє усвідомлення того, що “українська мова є настільки особливе та естетично пригоже явище, що його не можна руйнувати своєю необережністю та байдужістю (І. Марван)” (Архангельська, 2014, с. 68). Натомість Є.А. Карпіловська (2007) наголошує, що серед фемінативів є такі, “які не суперечать системі та структурі української мови і які засвідчені авторитетними кодифікаційними джерелами як стилістично нейтральні (*асистентка*, *дисертантка*, *дослідниця*, *пасажирка*, *бібліотекарка*)” (с. 68), а тому, оцінюючи такі інновації, потрібно враховувати “чинник естетичної сприйнятності новоутвореного слова (Г.М. Сюта)” (Карпіловська, 2007, с. 68). Отже, дискусія про органічність/неорганічність фемінативів триває не лише серед користувачів мови, а й серед її дослідників.

Розглянемо фемінативи як варіанти родової категоризації іменників. Варіантність морфолого-граматичних формальних показників таких слів зумовлена наявністю різних потенційних моделей словотворення, зокрема форм із суфіксом *-к-* (*-а*) та суфіксом *-ин'-* (*-а*). Г. І. Лиса (2015) зазначає: “Неусталеність моделей творення фемінативів різними способами спричинює варіантність форм” (с. 289). Яскравим прикладом таких варіантних пар в українській мові є усталена й семантично тотожна пара *господиня* – *господарка*. За аналогією до неї в сучасному телевізійному мовленні утворено *канцлерка* – *канцлеркиня*, переважно в розмовному мовленні: *членка* – *членкиня*, *свинарка* – *свинаркиня*. Однак зауважимо: якщо нормативні *господиня* – *господарка* є сталими в мовному узусі, кодифікованими в лексикографічних джерелах, зокрема в СУМі (СУМ, 1970-1980, ст. 140, 142), то *канцлерка* – *канцлеркиня*, *членка* – *членкиня* та інші, утворені за різними моделями чи просто одиничні, як-от: *синоптикиня* (*синоптикеса*), *борчиня* (*борчиха*), *психологиня*, *професориня*) – поки що не зафіксовані у словниках. Те саме можна сказати й про номінації *професорка* (*професориня*), *психологиня*, які донині вважалися ненормативними з позиції кодифікації в академічних словникарських працях, однак у деяких новітніх сучасних словниках вже представлені (Лиса, 2015). Іншими словами, в межах граматичної категорії роду такі іменники, як *професорка* (= *професор* – особа жіночої статі), *психологиня* (= *психолог* – особа жіночої статі) виявляють тенденцію до претендування на роль варіантних, оскільки вже є подекуди закріплені в словниках, хоч і новітніх. Чинні ж узуальні норми *декан*, *професор*, *філолог*, *психолог*, які стосуються осіб жіночої статі за професійним спрямуванням чи певним родом діяльності, хоч і мають формально-граматичний показник чоловічого роду на означення назв осіб за родом професійної діяльності, не потребують

морфемного вираження ознак жіночого роду, тобто суфікс у таких назвах жіночої статі виконує тільки граматичну функцію, служить для позначення родової грами, як справедливо зазначає Г. І. Лиса (2015, с. 288).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Підбиваючи підсумки, зазначимо, що в сучасних українських телемедіа внаслідок певних екстралінгвальних (більшою мірою) та інтралінгвальних причин активізовано мовні тенденції до варіантного вияву в межах морфолого-граматичної категорії роду, а саме уживання форм чоловічого роду замість форм жіночого і навпаки. Чимало варіантів мають ознаки питомих, рідковживаних чи відроджених номінацій, хоча більшість з аналізованих морфологічних одиниць – запозичення з інших мов. Аналіз лексикографічних джерел засвідчив, що чималу кількість протиставлених за родовою ознакою номінацій (*зал – зала, сусід – сусіда, мотузок – мотузка, сховок – схованка*) зафіксовано в словниках сучасної української мови, що дає підстави для висновку про варіантність нормативних форм родової категоризації іменника.

Водночас широке коло некодифікованих варіантів родової категоризації іменників свідчить, з одного боку, про порушення чинних норм, а з іншого – означає розвиток мовної системи, пошук ЗМІ зручних актуальних мовних форм.

Надалі плануємо дослідити варіантність інших граматичних категорій іменника.

ЛІТЕРАТУРА

- Архангельська, А. М. (2014). До проблеми словотвірної фемінізації в українській мові новітньої доби: традиція і сучасність. *П. Мовознавство*. 1, 58-70. Київ.
- Ахманова, О. С. (1957). *Очерки по общей и русской лексикологии*. Москва.
- Вихованець, І. Р. (2004). *Теоретична морфологія української мови: Акад. граматики укр. мови* (За ред. І.Вихованця). Київ: Унів. вид-во "Пульсари".
- Горбачевич, К. С. (1971). *Изменение норм русского литературного языка*. Ленінград: Просвещение.
- Карпіловська, Є. А. (2007). Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій. *Українська мова*. 4, 3-15. Київ
- Карп'юк, М. Д. (1978). "Паралельна форма", "дублет" чи "варіант"? *Культура слова*. Вип. 15, 70-75. Київ.
- Лиса, Г. І. (2015). Динаміка сучасної родової категоризації іменника та її лексикографічна інтерпретація. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія*. Випуск 31, 287-294. Київ.
- Матвіяс, І. Г. (1974). *Іменник в українській мові*. Київ: Радянська Школа.
- Поставний, В. В. (1974). Морфологічні варіанти іменників. *Українська мова і література в школі*. 8, 35-44.
- Родніна, Л. О. (1963). Про морфологічні варіанти іменників у сучасній українській мові. *Дослідження з мовознавства*. Вип. 2, 52-61. Київ.
- Семенюк, С. (2007). Формування словотвірної підсистеми фемінітивів до чоловічих особових назв за соціальним станом у новій українській мові. *Українська мова*. 4, 65-76. Київ.
- Стишов, О. А. (2005). *Українська лексика кінця ХХ століття: (На матеріалі мови засобів масової інформації)*. Київ: Пугач.
- Тараненко, О. О. (2015). *Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець ХХ — початок ХХІ ст.)*. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго.
- Шевельов, Ю. (2002). *Історична фонологія української мови*. С. Вакуленко, А. Даниленко (пер. з англ.). Канад. інститут українських студій. Східний інститут українознавства ім. Ковальських, Харківське історико-філологічне товариство. Харків: Акта.
- Ярцева, В. Н. (1990). *Языки мира: проблемы языковой вариативности*. Москва: Наука.

ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА

- ЕСУМ – Етимологічний словник української мови: В 6 т. / [редкол.: О. С. Мельничук та ін.]. – К.: Наукова думка, 1982-1989. – Т. 1-6.
- СУМ – Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Ін-т мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980.
- СУМ – Словник української мови в 20 тт. / Національна академія України української мови. – Інформ. Центр. – К., 2013. – Том 4.
- Словарь української мови: В 4 т. / [упорядник: Борис Грінченко]. – К.: Редакція журналу “Кіевская Старина”, 1908. – Т. 1-4.
- СОСум – Сучасний орфографічний словник української мови: 180 тис. слів / Уклад.: В. В. Дубічинський, Н.Я. Косенко. – Х.: ВД “Школа”, 2009. – 1024 с.
- Українська мова: Енциклопедія / [редкол.: Русанівський В.М., Тараненко О.О., (співголови), Зяблюк М.П. та ін. – К.: Укр. Енцикл., 2000. ? 752 с.].
- УРСС – Українсько-російський словотворчий словник / за ред. З.С. Сікорської. – 2-ге вид., перероб. і допов. Словник. К.: Освіта, 1995. – 256 с.

ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Коцюбинський, М. (1979). *Твори в трьох томах. Том другий. Оповідання (1901-1909)*. К.: Видавництво художньої літератури “Дніпро”.

REFERENCES

- Arkhangel's'ka, A. M. (2014). Do problemy` slovotvornoyi feminizaciyi v ukrayins`kij movi novitn`oyi doby`: trady`ciya i suchasnist`. II. Movoznavstvo. 1, 58-70. Ky`yiv.
- Axmanova, O. S. (1957). Ocherky` po obshhej y` russkoj leksy`kologiy`. Moskva.
- Vy`xovanecz`, I. R. (2004). Teorety`chna morfologiya ukrayins`koyi movy`: Akad. gramaty`ka ukr. movy` (Za red. I.Vy`xovancya). Ky`yiv: Univ. Vy`d-vo “Pul`sary”.
- Gorbachevy`ch, K. S. (1971). Y`zmeneny`e norm russkogo ly`teraturnogo yazyka. Leningrad: Prosveshheny`e.
- Karpilovs`ka, Ye. A. (2007). Tendenciyi rozvy`tku suchasnogo ukrayins`kogo leksy`konu: chy`nny`ky` stabilizaciyi innovacij. Ukrayins`ka mova. 4, 3-15. Ky`yiv.
- Karpyuk, M. D. (1978). “Paralel`na forma”, “dublet” chy` “variant”? Kul`tura slova. Vy`p. 15, 70-75. Ky`yiv.
- Ly`sa, G. I. (2015). Dy`namika suchasnoyi rodovoyi kategory`zaciyi imenny`ka ta yiyi leksy`kografichna interpretaciya. Naukovy`j visny`k kafedry` Yunesko KNLU. Seriya Filologiya. Pedagogika. Psy`xologiya. Vy`pusk 31, 287-294. Ky`yiv.
- Matviyas, I. G. (1974). Imenny`k v ukrayins`kij movi. Ky`yiv: Radyans`ka Shkola.
- Postavny`j, V.V. (1974). Morfoloqichni varianty` imenny`kiv. Ukrayins`ka mova i literatura v shkoli. 8, 35-44.
- Rodnina, L. O. (1963). Pro morfologichni varianty` imenny`kiv u suchasnij ukrayins`kij movi. Doslidzhennya z movoznavstva. Vy`p. 2, 52-61. Ky`yiv.
- Semenyuk, S. (2007). Formuvannya slovotvornoyi pidsty`stemy` feministy`viv do cholovichy`x osobovy`x nazv za social`ny`m stanom u novij ukrayins`kij movi. Ukrayins`ka mova. 4, 65-76. Ky`yiv.
- Sty`shov, O. A. (2005). Ukrayins`ka leksy`ka kincy`a XX stolittya: (Na materialy movy` zasobiv masovoyi informaciyi). Ky`yiv: Pugach.
- Taranenko, O. O. (2015). Aktualizovani modeli v sy`stemi slovotvorennya suchasnoyi ukrayins`koyi movy` (kinecz` XX – pochatok XXI st.). K.: Vy`davny`chy`j dim Dmy`tra Burago.
- Shevel`ov, Yu. (2002). Istory`chna fonologiya ukrayins`koyi movy`. S. Vakulenko, A. Dany`lenko (per. z angl.). Kanad. insty`tut ukrayins`ky`x studij. Sxidny`j insty`tut ukrayinoznavstva im. Koval`s`ky`x, Xarkivs`ke istory`ko-filologichne tovary`stvo. Kharkiv: Akta.

- Yarceva, V. N. (1990). Языку`my`ra: problemy yazykovej vary`aty`vnosty`. Moskva: Nauka.
- ESUM – Ety`mologichny`j slovny`k ukrayins`koyi movy`: V 6 t. / [redkol.: O. S. Mel`ny`chuk ta in.]. – K.: Naukova dumka, 1982-1989. – T. 1-6.
- SUM – Slovny`k ukrayins`koyi movy`: v 11 tt. / AN URSS. Insty`tut movoznavstva; za red. I. K. Bilodida. – K.: Naukova dumka, 1970–1980.
- SUM – Slovny`k ukrayins`koyi movy` v 20 tt. / Nacional`na akademiya Ukrayiny` ukrayins`koyi movy`. – Inform. Centr. – K., 2013. – Tom 4.
- Slovar` ukrayins`koyi movy`: V 4 t. / [uporyadny`k: Bory`s Grinchenko]. – K.: Redakciya zhurnala “Kievskaya Stary`na”, 1908. – T. 1-4.
- SOSum – Suchasny`j orfografichny`j slovny`k ukrayins`koyi movy`: 180 ty`s. sliv / Uklad.: V.V. Dubichy`ns`ky`j, N.Ya. Kosenko. – X.: VD “Shkola”, 2009. – 1024 s.
- Ukrayins`ka mova: Ency`klopediya / [redkol.: Rusanivs`ky`j V.M., Taranenko O.O., (spivgolovy`), Zyablyuk M.P. ta in. – K.: Ukr. Ency`kl., 2000. – 752 s.].
- URSS – Ukrayins`ko-rosijs`ky`j slovotvorchy`j slovny`k / za red. Z.S. Sikors`koyi. – 2-ge vy`d., pererob. i dopov. Slovny`k. K.: Osvita, 1995. – 256 s.
- Kocyuby`ns`ky`j, M. (1979). Tvory` v tr`ox tomax. Tom drugy`j. Opovidannya (1901-1909). K.: Vy`davny`cztvo xudozhn`oyi literatury` “Dnipro”.

*Дата надходження до редакції 22.02.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

УДК 37.016:811.161.2

ТИПОЛОГІЯ СЕМАНТИЧНИХ ПОЛІВ ПОРІВНЯННЯ ЗА ЗНАЧЕННЯМ ОБ'ЄКТА (на матеріалі роману-колажу Д. Кешелі "Родаки")

ЗАСКАЛЕТА В. П.

кандидат філологічних наук, доцент
Київський національний лінгвістичний університет
v_zaskaleta@ukr.net

У статті встановлено типологію семантичних полів порівняльних конструкцій за значенням об'єкта порівняння на матеріалі роману-колажу Д. Кешелі "Родаки", описано лексико-семантичні групи цих полів, виявлено найбільш репрезентативні щодо різноманітності об'єктів порівняння та кількості лексико-семантичних груп семантичні поля, окреслено перспективи подальших студій.

Ключові слова: порівняння, порівняльна конструкція, об'єкт порівняння, компаратор, семантичне поле, лексико-семантична група.

TYPOLOGY OF SEMANTIC FIELDS OF COMPARISON FOR THE OBJECT VALUE (on the material of D. Keshelia's novel collage "Rodaky")

ZASKALETA Valentyna Petrivna
PhD, Associate Professor
Kyiv National Linguistic University
v_zaskaleta@ukr.net

Introduction. Artistic comparison is one of the most expressive trails, and it is often used by word masters to depict the appearance of characters, their way of thinking, peculiarities of speech, behavior, and others like that. Classical comparison has a three-component structure, which includes: 1) the subject of comparison; 2) the object of comparison; 3) a sign on the basis of which there is a comparison of objects. It is the object of comparison and the characteristic by which the unknown and well-known objects are compare are the most important components by which the writer manages to bring to the reader a certain emotion – sympathy, neglect, compassion, fear, laughter, etc.

The purpose of this article is to distinguish the semantic fields (hereinafter SF) of the comparative constructions used by the writer D. Keshelia in his novel Collage of the elements of the national life of "Rodaky", in terms of the object of comparison.

Research methods. The continuous sampling method was used to collect actual material; the method of classification and systematization for referring the material to the corresponding lexical-thematic groups hereinafter LSG)), and the method of quantitative calculations was used to detect the frequency of objects of comparison of a particular semantics.

Research results. The analysis of the actual material (without taking into account the grammatical structure of the comparative construction) allowed to distinguish according to the value of the object of comparison such SP: "man", "living nature", "immortal nature", "objects created by man", "time", "abstractness", "Mythical names".

Conclusion. The best represented in the novel by D. Keshelia "Rodaky" from the point of view of the object of comparison is SF "man". This field is represent by 136 names that can be attribute to five such LSGs: 1) persons; 2) body parts names; 3) the names of famous historic persons; 4) names of persons – characters of the Bible; 5) the names of groups of people. Slightly inferior to the number of items of comparison objects SF "wildlife". It is make up of 124 titles, which refer to five such LSGs: 1) plant names; 2) names of animals and birds; 3) the names

of insects. SF “items created by a person” is represent by 65 nominations, classified as such LSG: 1) households; 2) the names of the transport, its parts, devices related to the regulation of traffic and the names of agricultural machinery; 3) the names of parts of buildings and materials. SF “Inanimate Nature” is represent by 32 names, which are divide among such LSG: 1) names of substances and materials; 2) the names of the phenomena of nature; 3) locations; 4) cosmic; 5) names of water objects. The least commonly used objects of comparison are the SF “abstract”, implemented by 11 examples of use, SF “mythical names”, also represented by 10 names, and SF “time”, formed by six tokens.

Key words: comparison, comparative construction, subject of comparison, comparator, semantic field, lexical-semantic group.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв’язання. Порівняння – це тропічна фігура, у якій мовне зображення особи, предмета, явища чи дії передається через найхарактерніші ознаки, властиві для інших осіб, предметів, явищ або дій (Мацько, 2003, с. 359). Художнє порівняння є одним з найвиразніших тропів, а тому його часто використовують майстри слова для змалювання зовнішності персонажів, їхньої вдачі, особливостей мовлення, поведінки тощо. Образне порівняння вихоплює одну якусь найвиразнішу ознаку, часом несподівану, і робить її основною, ігноруючи всі інші. Такі порівняння здебільшого емоційно забарвлені й допомагають авторові посилити комічність чи трагічність змалюваної ситуації, викликати різноманітні емоційні реакції найширшого діапазону – гнів, осуд, страх, співчуття, радість, сміх тощо.

Дуже цікавим щодо специфіки уживання порівнянь вважаємо роман сучасного закарпатського письменника Д. Кешелі “Родаки”. Написаний мовою, надзвичайно багатою на різноманітні метафоричні перенесення, антитези, несподівані, яскраві, дотепні авторські порівняння, фразеологізми, попри схвальні відгуки читачів, він, крім поодиноких статей (див. Заскалета, 2017), ще не був предметом мовознавчих досліджень, що й зумовлює актуальність цієї праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Художні порівняння неодноразово ставали об’єктом наукового зацікавлення лінгвістів. Найчастіше дослідники вивчають порівняльні конструкції як компонент простого й складного речень з урахуванням їхніх формально-граматичних та функційно-синтаксичних особливостей (Кучеренко, 1959; Рошко, 2001; Баранник, 1980), намагаються розробити критерії розмежування порівняльних зворотів і підрядних порівняльних речень (Рошко, 2000; Дуденко, Комарова, 2017), з’ясовують кількісний і якісний вияв модально-порівняльних часток, сполучників і сполучних слів у порівняльних конструкціях (Педченко), розглядають їх як семантико-стилістичний засіб творення зорових, звукових, одоративних, емотивних образів (Мацько, 2009), як елемент ідіостилю певного автора (Бондаренко, 2013; Конторчук, 2010; Олексенко та ін.), виявляючи, зокрема, й гендерні особливості порівняльних конструкцій (Вороніна, 2011), щоразу вводячи до наукового обігу тексти творів письменників, які під відповідним кутом зору ще не були вивчені. Відомі також зіставні дослідження порівняльних конструкцій на матеріалі кількох мов (наприклад, Волощук, 2013 та ін.).

Метою цієї статті є створення типології семантичних полів (далі СП) порівняльних конструкцій за значенням об’єкта порівняння на матеріалі роману-колажу Д. Кешелі “Родаки”. **Завдання** статті вбачаємо в аналізі семантичної структури порівнянь, у віднесенні об’єктів порівняння залежно від їхнього значення до лексико-семантичних груп, на основі яких та на основі взаємозв’язків між якими окреслимо відповідні СП.

Виклад основного матеріалу дослідження. Семантика порівняльних відношень ґрунтується на складних процесах розумової діяльності людини, невід’ємним складником якої є асоціації, що виникають унаслідок чуттєвого сприймання дійсності. Така семантика може бути втіленою в порівняльних конструкціях, яким властиві багата мовна палітра та розмаїття граматичних

форм (Волощук, 2013, с. 31). З погляду структурних та граматичних особливостей порівняння може бути виражене такими способами: 1) порівняльними зворотами, які є членом речення; 2) так званим орудним порівняльним, що теж є членом речення; 3) прислівниковою формою з **по-**, особливо ті, що мотивуються іменниками – назвами істот; 4) словосполученнями **бути схожим на, бути подібним на / до** чи синонімічними лексемами на взірць **нагадувати, здаватися** тощо та іменником – об'єктом порівняння, 5) прикладковими формами; 6) різноманітними щодо будови підрядними реченнями з основною або додатковою порівняльною семантикою.

Класичне порівняння, на думку більшості дослідників, має трикомпонентну структуру, до якої входять: 1) суб'єкт порівняння; 2) об'єкт порівняння; 3) ознака, на основі якої відбувається порівняння предметів. Саме об'єкт порівняння та ознака, за якою порівнюють невідомий і добре відомий предмети, є тими найбільш вагомими складниками, за допомогою яких письменникові вдається викликати в читача певну емоцію – симпатію, зневагу, співчуття, страх, сміх та ін.

Аналіз порівняльних конструкцій з погляду семантики їхніх компонентів дозволяє класифікувати їх окремо за значенням суб'єкта порівняння, об'єкта порівняння та за основою порівняння, а також виявити семантичні типи порівнянь залежно від суб'єкта та об'єкта порівняння водночас. З погляду різноманітності та кількості представлення в романі Д. Кешелі "Родаки" в ролі суб'єкта порівняння найчастіше фігурують лексеми, що входять до семантичного поля (далі СП) "людина". Рідше в ролі компаранта фіксуємо лексеми, які утворюють СП "жива природа", "нежива природа", "абстрактність", "предмети, створені людиною". Найменш уживаними як суб'єкт порівняння є лексеми СП "час" та СП "міфічні назви" (Заскалета, 2018).

Об'єктами порівняння, на думку Т. Павлюк (2009), можуть бути одиничні речі та явища, сукупності їх, загальні поняття, а також той самий об'єкт у різних просторових положеннях і часових станах, тобто порівнянню можуть підлягати найрізноманітніші за своєю природою об'єкти (6, с. 147). На відміну від логічного порівняння вдалий вибір об'єкта (компаратора) в художньому порівнянні допомагає авторові створити потрібний стилістичний ефект несподіваності, оригінальності, акцентуації на зв'язках, які суперечать раціональному мисленню й так званій логіці речей (Павленко, 1979, с. 80, Голоух, 1991, с. 4).

Аналіз фактичного матеріалу (без урахування граматичної структури компаративної конструкції) дає змогу виокремити за значенням об'єкта порівняння такі СП: "людина", "жива природа", "нежива природа", "предмети, створені людиною", "час", "абстрактність", "міфічні назви".

СП "людина" утворене найбільшою кількістю компараторів. Його структурують, зокрема, такі лексико-семантичні групи (далі ЛСГ):

1. ЛСГ – **персоніми**, що представлена такими тематичними підгрупами:

а) найменування за віком, статтю та подружнім статусом (*немовля, дитина, дітваки; дівка, дівча, дівчата-підлітки, дівчисько; бабуся, молодиця, вдовиця*), наприклад: *І була вона [Фіскарощка] як заблукала в лісі дитина – роззублена, безпомічна і безсила* (с. 120); *А прямо перед нами сидить собі при дорозі пишнотілою молодницею гора Ловачка* (с. 64); б) найменування за родинними зв'язками (*баба, батько, рідний брат, дідико, донька, найрідніша людина, мамка, мати, тітка*), наприклад: *Наша Ловачка, наче любляча мати над колискою первістка, ніжно схилилась над Мукачевом...* (с. 335); *З усього Божого дня я найбільше любив ранок. У нього завжди тепла й лагідна, як у моєї мамки, усмішка, добродушне і миле, як у баби Фіскарощки, обличчя і веселі й осяйні, як у тітки Маргарити, очі* (с. 226); в) найменування за родом заняття, посадою (*балерина, бойовик, вояки, гендлярі, гусар, газда, директор шоколадної фабрики, есесівець, кишеньковий злодій, податковий інспектор, легіонери, піратський капітан, м'ясник, начальник комуністичної партії, партизан, першокласник, селянин, скрипаль, солдат, спекулянт,*

суддя, індійські танцівниці, уповноважений, черниця-великомучениця, школяр), наприклад: Сонце, зітхаючи й тримаючись, **як старий селянин**, за нароблений попереk, помату сідало за обрїй... (с. 245); ...Микита точно так випозїрує, **як шпїкулянт із мукачївської торговиці**. Никай, тварь має, **як ракошинський м'ясник**... (с. 75); невеличка ряба курка почала притакувати есесївцю на закарпатському діалекті і весь час дивилась на мене таким поглядом, **як податковий інспектор на того, хто прийшов повідомити про своє банкрутство** (с. 316); г) найменування за станом здоров'я тощо (епілептик, живий, мертвий, калїки, короставий, навїжений, слїпа, слїпець, слїтий, хворий), наприклад: Органїзм пана Годї мав дивовижну властивїсть: тїльки-но інспектор випивали, через кожні п'ять хвилин, **як навїжені**, бігали до туалету по-мокрому (с. 99); Однокласники сахались від мене, **немов від короставого** (с. 341); г) найменування за особливостями поведінки (ерїшник, блудниці, газда, праведник, лицар, неприкаяний, капосне дитя, п'яний, ошпарений, шалений), наприклад: ...нянько метали собою на цьому світі, **як неприкаяний** – де заробити, а де вкрасти... (с. 189); [навколишні гори і пагорби] ...**наче п'яні**, втративши здоровий глузд, забуляли-загуляли цвїтом абрикос, персиків, слив, черешень і всякого різнотрав'я (с. 311); д) найменування за соціальним статусом (циганський барон, бїженці, жебрак, княгиня, князь, англїйська королева, панї-генеральшїї, сирота, наслідний принц, цариця): наприклад: Побачивши Соломона, що сидїв у домовинї, **наче циганський барон**, і вдоволено усміхався, тїтка дико заверещала (с. 213); Почував себе достоту так, **як наслідний принц**, якому пообїцяли на завтра коронування, а за хвилину до церемонї неспогадано з'ясувалось – на престол з'явився ще один претендент (с. 157); Дїд крутив серед дороги бабою, **як жебрак бїдою**... (с. 79); е) найменування за тимчасовим статусом (дївка-відданиця, колядники, наречена, невіста, весїльні старости), наприклад: У всі пори року наша Ловачка – мила, рїдна і красива. Але восени! Розмальована гарячими і соковитими барвами, вона дійсно **немов червонощока і багата верховинська дївка-відданиця** – ну прямо-таки кров із молоком (с. 64); А тепер, захмелїлі од весняного шаленства, паровози раз у раз скрикують гучно і дзвїнко, **наче весїльні старости**, що закликають гостей і перехожих за ситї святковї столи (с. 335); є) найменування-етноніми і подїбні (гуцулка-молодиця, цигани, циганин, циганка, циганчата, негр, римляни, татари, турок), наприклад: ...дорога тїтка Маргарита дивилася на мене, **як римляни на Нерона**, коли той спалив торговий центр мїста (с. 280); [дошї] Налетїли, **як ердильські цигани** (с. 9); Я, свистячи від радостї, а баба, репетуючи од страху, летїли верхи на домовинї, **як татари**, через Палестину, Бразилїю, Аргентину... (с. 95); ж) найменування за стосунком до віри, належнїстю до певної політичної партїї та под. (атеїстка, вірник, комунїстка, любитель і знавець породистих коней, християнин, істинна християнка), наприклад: – Та я їм, **як чесна комунїстка**, вишїтко по честї розказала про того жїжвана і курваша (с. 133); Перед директорськими дверима баба, **як істинна християнка**, ревно осїналась хрестом... (с. 323); з) найменування за іншими особливостями (карлики, смертники, потопельники, потопаючий, породїлля, культурна челядина), наприклад: З гордо піднятими головами і палаючим гнївом в очах обоє – Фїскарошка і Танкїстка – йшли з дому твердо і невмолимо, **як смертники, обв'язані вибухівкою, на ворожї танки** (с. 53).

2. ЛСГ – **соматизми**. Ця група репрезентована лексемами вени, волосинка, губи, долонї, долоня, жили, зуби, лоб, обличчя, очї, пальці, рука, серце, торомба (губа), цицька, щока, шия, наприклад: воно [лїве вухо], бїдне, відразу надулось, **як торомба**... (с. 34); Це був унікальний арабський скакун – стрункий, із чутливими, **як пальці скрипаля**, ногами... (с. 370); І пахне для мене цей час, **як губи маленької дитинки**, – свїжим пухнастим молоком (с. 155).

3. ЛСГ – **назви відомих історичних осіб**. Ця група представлена такими номенами, як грек Ахілл, Орлеанська дїва, есерка Каплан, князь Ігор, цар Ксеркс, Нерон, опришок Пинтя, наприклад: ...я прямував твердо, був непохитним, **як князь Ігор перед походом на половцїв** (с. 163); На портретї Фїскарошка мала такий переполошено-панїчний вигляд, **як есерка Каплан після невдалого замаху на Ленїна** (с. 292).

4. ЛСГ – **біблеїзми**, до складу якої ввійшли номени *благородна діва, Мойсей, Мадонни, воскресаючий Лазар, блудний син, отець*, наприклад: *Пан учитель Фийса ... вздрівши в руках нишпорки корчагу сливовиці, немов воскресаючий Лазар, кілька разів повільно кліпнули* (с. 285); *Я стояв на порозі перед класом, як блудний син перед вітцем* (с. 33).

5. ЛСГ – **назви казкових персонажів**, утворена трьома онімами, як-от: *Леніна я порівняв з опришком Пинтею і сказав, що про його життя ще ліпше люблю читати, як казки про Кацця Безсмертного, Івана-дурака і Чудо-юдо* (с. 49).

6. ЛСГ – **назви груп людей**, що репрезентована словами *армія, орда*, наприклад: *Геть розчарований, розбитий і знищений, дивився [я] на Маню, як цар Ксеркс на потовчену спартанцями армію...* (с. 313).

СП "жива природа" структурують такі лексико-семантичні групи:

1. ЛСГ – **флороніми**, у межах якої можна виокремити такі підгрупи:

а) назви квітів, зокрема польових (*волошка, ромашка, божя кульбабка, кульбаба*), садових (*бузок, троянда, божя ружа, півонія, хризантема*) та лісових (*барвінок, растик, снігова чічка*), наприклад: *Пан учитель Фийса, наче зморена засухою ромашка після благодатного дощу, підняв голівку, похитався і почав на очах цвісти* (с. 231); – *Ви лем, пане учителю, попозерайте на сесе ягнятко, на сесі сині, як барвінок, оченята...* (с. 27); ...*голова [діда], наче зів'яла хризантема, впала на груди* (с. 70); б) назви городніх культур та їх плодів (*бульбочка, гарбуз, капуста, квасоля, квасоліни, пасуля-бумбачка, перець, парадички (помідори), помідор, соняшник, хрін, цибуля, часник*), наприклад: [Митрик]: ...*я всю ніч горів і таки мав високу температуру. А до ранку вже був бадьорий, гострий, як молодий часник, і здоровий, як свіжий хрін!* (с. 339); *Він [майор] був ... червонощокий, як болгарський помідор...* (с. 59); в) назви садовини (*апельсини, джонатани, груші медівки, горіхи, сливи-ренклоти, яблуко, яблучко*), наприклад: *А це славилася черешня плодами неймовірної величини – майже як сливи-ренклоти, із запахом ванілі і смаком перезрілого абрикоса* (с. 135); г) назви диких і плодівих дерев (*дуби, тополиця, яблуні*), наприклад: ...*за ним пару разів приходила вночі якась дивна жінка – висока-висока, як тополиця* (с. 120); г) назви частин рослин, їх плодів (*качан капусти, стручок (квасолі), коріння, вербові котики, листя клена, соняшникове насіння, пелюстина, пелюстини троянди, пелюстки магнолії*), наприклад: ...*пальці нагадували щойно вирване із землі, покручене коріння* (12, с. 194); *Це слово було сріблясте... як листя клена...* (с. 88); д) інші назви, які через неоднорідність позначуваних предметів й одиничні випадки уживання складно уніфікувати за допомогою певного найменування (*гриб-порохнявка, суха лобода, лісові суниці, трава, полунична ягода*), наприклад: *У цю мить баба здалася панові вчителю такою соковитою і привабливою, як визріла полунична ягода* (с. 158).

2. ЛСГ – **зооніми**. У складі цієї групи, крім гіперонімів *звір, пітята, птахи, пташка, птиця, пуцьвірінок, хижак, худоба*, спостерігаються фауноніми – гіпонімічні найменування та орнітоніми – гіпонімічні найменування. Лексеми-зооніми можуть містити вказівку на вік (*молодий бичок, кошеня, лошак, вороненя, пуцьвірінок*), стать (*заєць, зайчиха, жеребець, кобила, лебедиця*), різновид (*жаба-коропаня, лопухівська жаба, африканські кобри*), мати емоційне забарвлення (*поросятко, коровисько, котяра*), бути діалектними (*мацур (кіт), бузько, бузьок, бусол (лелека)*). Фауноніми як об'єкт порівняння групуємо так:

а) назви свійських тварин (*баран, віця, віці, бик, молодий бичок, бугай, віл, кінь, жеребець, кобила, лошак, корова, коровисько, теля, коза, поросля, поросятко, свиноматка, свиня*), наприклад: [Митрик про батька]: – *Мій отець дома і, думаю, живий і здоровий, як бугай...* (с. 34); *Тим часом Піфагор вивчив китайську, японську, кілька арабських і навіть мову якогось африканського племені, а російська вперлася йому в голову козою – і ні на крок уперед* (с. 97); частин їхнього тіла (*писочок щеняти, коров'ячий хвіст, гусяча шия*), наприклад: *Позаду неї, як шия за гусячою головою, теліпається дід Соломон. А за ним, як коров'ячий хвіст, волочуся я...* (с. 77); та покриву

тіла (*пир'їнка, овеча шерсть*), наприклад: [Штефан] ... *прокинувся від білого і пухнастого, як овеча шерсть, світла...* (с. 115); б) назви домашніх тварин (*кіт, мацура (кіт), котяра, кошеня, хорт, сторожові пси*), наприклад: *Від тих харчів я, як мисливський хорт, легкий, худющий...* (с. 312); в) назви диких тварин (*білка, борсук, ведмідь, вовк, вовчиця, жаба, жаби, жаба-коропаня, пуголовок, засць, зайчиха, їжачок, мишка, олень, ховрах*), наприклад: *Дід тільки отетеріло, як ховрах, лупав очима навкруги й дригав, як лопухівська жаба, ногами* (с. 76); [баба] ... *прудкіше білки, миттю вискочила на черешню* (с. 135); г) назви екзотичних тварин (*бегемот, кенгуру, мальфеня (мавпеня), осел, слон*), наприклад: *Щоправда місяць мій дідико лежали у шпиталі, а відтак ще з півроку ходили з такими губами-торомбами ... як у килавого (неповороткого, повільного; який має грижу – Д.К.) бегемота* (с. 71); *І похитуючись, немов бойовий слон, нянько рушали додому* (с. 137); г) назви плазунів, у тому числі екзотичних (*змія, гадючки, африканські кобри, пітон*), наприклад: *Баба ж Фіскаррошка і Чеська Мікроба ... сплелися шиями в затяжному родинному поцілунку, як африканські кобри* (с. 72).

Орнітоніми як об'єкт порівняння групуємо так:

а) назви свійських птахів (*гусак, гуска, гуси, індик, качка, курка, квочка, півень, пітята*), наприклад: *Дід Соломон й собі хутко заворушився біля печі і, наче квочка, що відчула під собою перше курчення, радісно заквакчав...* (с. 231); *Доки відповідали зразкові учні, наші перевіряльники дримали і позіхали, а тільки-но почав говорити я, стрепенулися і витягнули ший, як гуси, почувши наближення лисиці* (с. 48); та частин їхнього тіла (*куряча гузиця*), наприклад: [Микита (Хрущов)] ... *тварь має, як ракошинський м'ясник, а писок – як куряча гузиця* (с. 75); б) назви диких птахів (*бузько, бузьок, бусол, ворона, вороненя, голуби, горобок, горобці, деркач, куріпка, ластівки, лебедиця, орел, перепілка, сова, солов'ї, сорока, чапля*), наприклад: *Дід Соломон, хоч і виявився більш стійким, витривалішим, але невдовзі ним почало лихоманити, а далі видуло очі, як у бузька* (с. 52). *Її [баби Фіскаррошки] бідне серце, як наполохана пострілом сорока, притьмом вирвалося із грудей і, йойкаючи, почало метатися над селом, волаючи про поміч* (с. 53); в) назви екзотичних птахів (*пава, павич, страус, фазаниха*), наприклад: *Вона [черешня] здавалася райським птахом павичем, який присів на хвилику перепочити по дорозі між грішною землею і садами едему [пан Фийса] ... одразу позеленів від страху і затрусив, як страус, головою...* (с. 288).

3. ЛСГ – **назви комах** тощо. Ця група репрезентована лексемами *бджоли, воші, гусениця, дроздофіли, метелик, муха, оса, саранча, слимак, черв'як, цвіркуни*, наприклад: *Несміливо, немов цвіркуни, обізвалися цимбали* (с. 252). *І ось ця клята осінь ціле літо, наче капосна оса, сиділа мені на носі і постійно жумчала-жумчала...* (с. 26).

СП “**предмети, створені людиною**”, що представлено трьома ЛСГ:

1. ЛСГ – **побутовізми**, до якої входять такі підгрупи: а) назви страв, випічки, і продуктів харчування та ін. (*скоринки буханця, делікатеси, вівсяний корж, крумплі підбивані, городське морозиво, олія, суповий набір, великодні паски, несолоне тісто, хліб, шматки шинки, бюджетний шовдар, печене яблуко*), наприклад: [пан Фийса] *Котився по класу веселий і щасливий, як великодній писанка...* (с. 46); *Особливо тепло серед гостей зреагував пан учитель з пісним, як вівсяний корж, обличчям* (с. 48); та спиртних напоїв (*вино, пиво, самогонка*), наприклад: [дід Мішо]: – ... *я такий слабкий ... як мукачівське пиво* (с. 9); б) назви знарядь праці та пристроїв (*мітла, тилосос, поливачки, ціти, самогонний апарат*), наприклад: ... *баба [крутила] дідом, як відьма мітлою* (79); *Моя допитлива голова, немов тилосос, всю цю інформацію до останньої пилинки всмоктувала в себе...* (с. 299); в) назви предметів побуту, меблів тощо (*дзеркало, килими, коліска, перини, простирадла, ліхтарі, помивалька, трон*), наприклад: *А на тім дереві печальними осінніми ліхтарями звисають стомлені грона* (с. 106); *Я ж собі поважно, немов на троні, сидів на солонівецькому ящику з дровами і застиг у бентежному очікуванні* (с. 338);

г) вестизми (*бантик, будюгови* (трусн), *сережки, грецька туніка, шовкова фата, циганські хустини*), наприклад: *Майже над кожною будкою висіли гігантськими намистинами в'язанки жагучо-червоного, як циганські хустини, перцю* (с. 192); *Велетенськими серезжками звисали на стовпах грона гонорового й самозадоволеного винограду* (с. 192); г) назви місткостей (діжка з водою, бочка, лантух), наприклад: *Упродовж усього спектаклю, розіграного бабою Фіскарешкою, я хоч і стояв смиренно, проте був байдужий, як дерев'яна бочка* (с. 327); д) назви виробів, що імітують людину, форму тіла або частини тіла людини (*манекен, опудало*), наприклад: *Так і закам'янів наш дідो напівприсядки біля печі, до того ще й руки розкинув, немов городнє опудало* (с. 89); е) назви засобів військового ураження (*авіабомба, хімічна зброя, куля*), наприклад: *Тутки підбігає до нас якась дуже повна паніка – точно велика начальниця, бо прокурена, як бюджетний шовдар, і пахне перегаром, як хімічна зброя* (с. 152); є) назви іграшок (*дзига, лялька, м'яч*), наприклад: [Фіскарешка]... *вся, наче порцелянова лялька, засяяла від щастя* (с. 283); ж) назви музичних інструментів (*скрипки*), як-от: [наш рід]... *на гостину... як скрипки яворові: кліп-кліп оком – і вже готові* (с. 63); и) назви грошових одиниць (*долари*), як-от: *І ось святкові, врочисті, повні достоїнства і самоповаги, як новенькі долари, вирушаємо втрех із дому* (с. 63); і) інші назви, які через неоднорідність позначуваних предметів складно уніфікувати за допомогою семантичного критерію (*антени, грамплатівка, дзвіночок, прапор, смолоскип*), наприклад: *Не встигла Фіскарешка розгадати віщий сон Соломона, як на східцях перелякано заgrimіли відра, заверещали сінешні двері і в хату палаючим смолоскипом влетіли мої солодкі нянько* (с. 85).

2. ЛСГ – назви сільськогосподарської техніки (*молотарка, трактор*), наприклад: [Фіскарешка]... *в напльві піднесення могла, як молотарка, безгавно сипати цілі промови віриами* (с. 277), *транспорту* (*хлібовоз, мотоцикл*), наприклад: ... *затаракотіла, мов трофейний мотоцикл, Фіскарешка* (с. 323); його частин (*паровозна кочегарка*), як-от: ... *баба загорілась, як паровозна кочегарка, й не було вже в світі сили, аби її остудити* (с. 325); *та пристрою для регулювання руху учасників дорожнього руху* (*світлофори*), як-от: ... *очі їй [Гітлерці] засвітилися, як варошські* (міські – Д.К.) *світлофори* (с. 152).

3. ЛСГ – назви частин споруд, матеріалів для будівництва і под. (*куполи храмів, стіна храму, вікно, ворота, скло*), наприклад: *Дерева буяли золотисто-червоним цвітом і здалеку нагадували розквітлі куполи маленьких храмів* (с. 304).

СП "нежива природа" утворюють такі ЛСГ:

1. ЛСГ – назви речовин (зокрема рідин) і матеріалів та ін. (*буришин, води, грудки золота, діаманти, мед, молоко, росиця, краплі роси, смарагди, сміття, смола, сніп соломи*), наприклад: *Пронизані сонцем ягоди [винограду] грають на кетягах буришином...* (с. 106). *Слова принцеси медом потекли по Фіскарешчиній душі* (с. 153); *Океанська гладінь застигла холодним склом* (с. 175); *Вмить у Кривуліні мільярдами смарагдів замерехкотіли-заіскрилися води* (с. 248).

2. ЛСГ – назви явищ природи і под. (*град, грім, дощ, злива, вулканна лава, промінь світла, перший сніг, сніговійниця, сніжинки, океанські хвилі*), наприклад: *У цій невимовній тиші долини святого Івана голос баби пролунав для агрономії як грім з ясного неба* (с. 136); *Фіскарешку вмить зірвало. Таких перчених, солоних, пекучих і ядучих слів, якими, немов градом, сипала навкруги Фіскарешка, не те що наші Небесі, а й навіть небеса над ними, ще не чули* (с. 161).

3. ЛСГ – локативи (*гора Ловачка, Помпея, міні-Троя, держава, інше місто, простори*): ... *гатикошаркою враз почало трусити, як Помпеєю перед виверженням Везувію* (с. 137); *Наступного ранку наше обійстя нагадувало таку собі міні-Трою після дружнього візиту підступних греків* (с. 217).

4. ЛСГ – космоніми (*зорі, сонечко, тунгуський метеорит*), наприклад: [очі] *зблискували раз у раз, наче із нічного колодязя потонулі зорі* (с. 194); ... *я вже не зайшов, а тунгуським метеоритом влетів у хату...* (с. 231).

5. ЛСГ – гідроніми представлена лексемами *Дунай* та *джерело*, як-от: *Вони [ситі хмари] ... могутні і широкі, як наш добрий і щедрий нянько Дунай* (с. 64).

СП “абстрактність” презентоване лексемами з позитивним (*усмішка, щастя, реліквія*), наприклад: *І всі ці три слова [Богонько, Благодать, Спокій] виглядали достоту, як Щастя. А Щастя, звісно всім, схоже на мамчину радісну усмішку...* (с. 223), нейтральним (*доля, душа, вістка, надії*), наприклад: *...ось уже кілька років вежа стоїть одинока посеред чистого поля, наче надломлена доля* (с. 299); та негативним емоційним забарвленням (*біда, гріхи, печаль, смерть*), наприклад: *...так ненавиджу тебе, як свої гріхи* (с. 278).

СП “міфічні назви” представлене пейоративними міфонімами, зокрема фемінними демонімами (*відьма, вітерниця, привид святої Єлени, повітруля*), наприклад: *...баба [крутила] дідом, як відьма мітлою* (с. 79); *Із самого ранку прилетіла із Мукачєва несподівано, як вітерниця, тітка Маргарита* (с. 156); та мускулінними (*чорт, чорти*), наприклад: *...я явився до школи забрьоханий з ніг до голови, як молодий чорт із хащі* (с. 33); ангелонімами (*янгол, янголик, янголятка*), наприклад: *...цілий тиждень я янголятком грівся під серцем...* (с. 104); а також соматизмом *сатанинське око*, як-от: *Порожня зіниця дула, немов сатанинське око, пронизувала кожне серце і заглядала в найпотемніші закомарки свої жертв* (с. 127).

СП “час” репрезентоване лексемами *ранок, останні години, початок дня, весна, осінь, зелена неділя*, наприклад: *Кожен ранок у нашому сімействі нагадує останні години Помпеї або початок нового дня на Новому ковчезі* (с. 61); *Він [майор] був ... рудий-рудий, як руська осінь* (с. 59); *...три слова – Богонько, Благодать, Спокій – тихо огорнули мене, як весна огортає дерево пахучим квітом* (с. 223).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Якщо порівняти компаративеми за їхнім об’єктом і суб’єктом, то помітимо, що вони утворюють однакові семантичні поля. Щоправда, СП за значенням об’єкта порівняння відрізняються від СП за значенням суб’єкта порівняння і більшою кількістю номенів, і розмаїтістю ЛСГ. Найширше представленим у романі Д. Кешелі “Родаки” щодо об’єкта порівняння є СП “людина”. Це поле репрезентоване 136 найменуваннями, які можна віднести до п’яти таких ЛСГ: 1) персоніми; 2) соматизми; 3) назви відомих історичних осіб; 4) біблеїзми; 5) назви казкових персонажів; 6) назви груп людей. Дещо поступається за кількістю найменувань об’єктів порівняння СП “жива природа”. Його утворюють 124 найменування, які відносимо до п’яти таких ЛСГ: 1) флороніми; 2) зооніми (фауноніми та орнітоніми); 3) назви комах. СП “предмети, створені людиною” представлене 65 номенами, віднесеними до таких ЛСГ: 1) побутовізми; 2) назви транспорту, його частин, пристроїв, пов’язаних з регулюванням руху та назви сільськогосподарської техніки; 3) назви частин споруд та матеріалів. СП “нежива природа” представлене 32 найменуваннями, які поділяються між такими ЛСГ: 1) назви речовин і матеріалів; 2) назви явищ природи; 3) локативи; 4) космоніми; 5) гідроніми. Найменш уживаними як об’єкти порівняння є лексеми СП “абстрактність”, що реалізоване 11 прикладами уживання, СП “міфічні назви”, теж репрезентованого 10 номенами, та СП “час”, що утворене шістьма лексемами.

Для отримання цілісного уявлення про функційно-семантичні параметри порівняльних конструкцій аналізованого твору важливо також покласифікувати семантичні типи порівнянь залежно від суб’єкта та об’єкта порівняння, з’ясувати їхнє функційне навантаження, а також виявити ознаки, на основі яких автор буде порівняння й досягає потрібного стилістичного ефекту, – усе це становить перспективу подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

Баранник, Д. Х. (1980). Порівняльні конструкції в українській мові. *Дослідження з граматики і граматичної стилістики української мови* : зб. наук. праць. (6–16). Дніпропетровськ: ДДУ.

- Бондаренко, Л. Г. (2013). Порівняння у художньому дискурсі Марії Матіос (на матеріалі збірки "Нація. Одкровення"). *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Лінгвістика"* : зб. наук. пр. XVII, 115-118.
- Волощук, Г. (2013). Порівняльні структури в польському та українському текстах Святого Письма ("Книга Псалмів" і "Книга Приповідок"). *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Літературознавство*. 13. 29-32. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnufl_2013_13_9
- Вороніна, Ю. В. (2011). Порівняння як елемент ідіостилу Люко Дашвар. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. XXIV (1), 425-433.
- Голоух, Л. В. (1996). Порівняння як структурно-стилістичний компонент художнього тексту (на матеріалі сучасної української історичної прози) (Автореф. дис. канд. філол. наук). Київ.
- Дуденко, О. Шевчук, І. Порівняльні конструкції української мови: до методики розрізнення порівнянь при вивченні в основній школі. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи*. 56, 72-80.
- Заскалета, В. П. (2017). Порівняння як засіб увиразнення портретного опису персонажа (на матеріалі роману-колажу Дмитра Кешелі "Родаки"). *Проблеми зіставної семантики* : зб. наук. статей. 13 (81-87). Київ: Вид. центр КНЛУ.
- Заскалета, В. П. (2018). Типологія семантичних полів порівняння за значенням суб'єкта (на матеріалі роману-колажу Дмитра Кешелі "Родаки"). *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ*. Вип. 36. 47-56.
- Конторчук, Г. (2010). Структурно-семантичні особливості порівняльних конструкцій в історичній повісті Валерія Шевчука "Розсічене коло". *Волинь-Житомирщина. Історико-філологічний збірник з регіональних проблем*. 20, 261-270. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vg_2010_20_32.
- Кучеренко, Н. (1996). Порівняння як засіб гумору в мовотворчості О. Черногуза. *Східнослов'янські мови в їх історичному розвитку: зб. наук. праць*. Част. 2, 94-96.
- Мацько, Л. І. (2003). *Стилістика української мови : підручник*. Київ: Вища школа.
- Мацько, О. М. (2009). Порівняння як художній засіб у поезії Романа Скиби. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство і літературознавство)*: зб. наук. праць. 2, 99-103.
- Олексенко, В. Функціонально-семантичний статус порівняльних конструкцій у творах Уласа Самчука Взято з <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/752/1/%D0%A4%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE.pdf>
- Межов, О. Г. (2006). Порівняльні синтаксеми і підрядні конструкції в поетичних творах Лесі Українки. *Леся Українка і сучасність: зб. наук. пр.* 3, 291-301.
- Павленко, Є. І. (1970). Порівняння як граматична і стилістична категорія. *Мовознавство*. 3 (78-85).
- Павлюк, Т. П. (2009). Семантична структура порівняльного звороту в поетичному тексті. *Лінгвістика: зб. наук. пр.* 1, 146-152.
- Педченко, С. *Функціонально-семантичні параметри порівняльно-гіпотетичних часток*. Взято з http://linguistics.kspu.edu/webfm_send/1591
- Рошко, С. (2000). Проблема розрізнення підрядних порівняльних речень та порівняльних зворотів – членів простого речення. *Філологічні студії: науковий часопис*. 1, 188-193.
- Савицька, Л. (1985). В незнане вгвинчує мисль, як вихори спіральні (Порівняння в поезії М. Бажана) *Культура слова*. 29 (31-35). Київ: Наукова думка.
- Свашенко, А. О. (1988). Порівняння в прозі О. Кобилянської. *Творчість Ольги Кобилянської у контексті української і світової літератури (До 125-річчя з дня народження письменниці)* : Тези допов. і повід. наук. конф. 2, 102-103.

ДЖЕРЕЛО ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Кешеля Д. (2016). *Родаки : роман-колаж*. Київ: ВЦ “Академія”.

REFERENCES

- Barannyk, D. Kh. (1980). Porivnial'ni konstruktсии v ukrains'kij movi. Doslidzhennia z hramatyky i hramatychnoi stylistyky ukrains'koi movy : zb. nauk. prats'. (6–16). Dnipropetrovs'k: DDU.
- Bondarenko, L. H. (2013). Porivniannia u khudozhn'omu dyskursi Marii Matios (na materialy zbirky “Natsiia. Odkrovennia”). *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriiia “Linhvistyka”* : zb. nauk. pr. KhVII, 115-118.
- Voloschuk, H. (2013). Porivnial'ni struktury v pol's'komu ta ukrains'komu tekstakh Sviatoho Pys'ma (“Knyha Psalmiv” i “Knyha Prypovidok”). *Naukovyj visnyk Skhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Filolohichni nauky. Literaturoznavstvo*. 13. 29-32. Vziato z http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnufl_2013_13_9
- Voronina, Yu. V. (2011). Porivniannia iak element idiostyliu Liuko Dashvar. Aktual'ni problemy slovians'koi filolohii. *KhKhIV* (1), 425-433.
- Holoiukh, L. V. (1996). Porivniannia iak strukturno-stylistychnyj komponent khudozhn'oho tekstu (na materialy suchasnoi ukrains'koi istorychnoi prozy) (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyiv.
- Dudenko, O. Shevchuk, I. Porivnial'ni konstruktсии ukrains'koi movy: do metodyky rozrinnennia porivnian' pry vyvchenni v osnovnij shkoli. *Psykhologo-pedahohichni problemy sil's'koi shkoly*. 56, 72-80.
- Zaskaleta, V. P. (2017). Porivniannia iak zasib uvyraznennia portretnoho opysu personazha (na materialy romanu-kolazhu Dmytra Kesheli “Rodaky”). *Problemy zistavnoi semantyky* : zb. nauk. statej. 13 (81-87). Kyiv: Vyd. tsentr KNLU.
- Zaskaleta, V. P. (2018). Typolohiia semantychnykh poliv porivniannia za znachenniam sub'iekta (na materialy romanu-kolazhu Dmytra Kesheli “Rodaky”). *Naukovyj visnyk kafedry YuNESKO KNLU. Vyp. 36*. 47-56.
- Kontorchuk, H. (2010). Strukturno-semantychni osoblyvosti porivnial'nykh konstruktсий v istorychnij povisti Valerii Shevchuka “Rozsichene kolo”. *Volyn'-Zhytomyrshyna. Istoryko-filolohichniy zbirnyk z rehional'nykh problem*. 20, 261-270. Vziato z http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vg_2010_20_32.
- Kucherenko, N. (1996). Porivniannia iak zasib humoru v movotvorchosti O. Chornohuza. *Skhidnoslov'ians'ki movy v ikh istorychnomu rozvytku*: zb. nauk. prats'. Chast. 2, 94-96.
- Mats'ko, L. I. (2003). *Stylistyka ukrains'koi movy : pidruchnyk*. Kyiv: Vyscha shkola.
- Mats'ko, O. M. (2009). Porivniannia iak khudozhnij zasib u poetytsi Romana Skyby. *Naukovyj chasopys Natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Seriiia 8. Filolohichni nauky (movoznavstvo i literaturoznavstvo)*: zb. nauk. prats'. 2, 99-103.
- Oleksenko, V. Funktsional'no-semantychnyj status porivnial'nykh konstruktсий u tvorakh Ulasa Samchuka Vziato z <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/752/1/%D0%A4%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE.pdf>
- Mezhov, O. H. (2006). Porivnial'ni syntaksemy i pidriadni konstruktсии v poetychnykh tvorakh Lesi Ukrainky. *Lesia Ukrainka i suchasnist'*: zb. nauk. pr. 3, 291–301.
- Pavlenko, Ye. I. (1970). Porivniannia iak hramatychna i stylistychna katehoriia. *Movoznavstvo*. 3 (78-85).
- Pavliuk, T. P. (2009). Semantychna struktura porivnial'noho zvorotu v poetychnomu teksti. *Linhvistyka*: zb. nauk. pr. 1, 146-152.
- Pedchenko, S. Funktsional'no-semantychni parametry porivnial'no-hipotetychnykh chastok. Vziato z http://linguistics.kspu.edu/webfm_send/1591

- Roshko, S. (2000). Problema rozrznennia pidriadnykh porivnial'nykh rechen' ta porivnial'nykh zvorotiv – chleniv prostoho rechennia. Filolohichni studii: naukovyj chasopys. 1, 188-193.
- Savyts'ka, L. (1985). V neznane vhvynchuj mysl', iak vykhory spiral'ni (Porivniannia v poezii M. Bazhana) Kul'tura slova. 29 (31-35). Kyiv: Naukova dumka.
- Svashenko, A. O. (1988). Porivniannia v prozi O. Kobylians'koi. Tvorchist' Ol'hy Kobylians'koi u konteksti ukrains'koi i svitovoi literatury (Do 125-richchia z dnia narodzhennia pys'mennytsi) : Tezy dopov. i povid. nauk. konf. 2, 102-103.

DZHERELO ILYUSTRATYVNOHO MATERIALU

Keshelia D. (2016). Rodaky : roman-kolazh. Kyiv: VTs "Akademiia".

*Дата надходження до редакції 07.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

УДК 811.161.1

ОЦЕНОЧНАЯ ДИНАМИКА КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПОЛЯ *ТУРЦИЯ* В РУССКОМ МЕДИА-ДИСКУРСЕ 2010-2017-х ГОДОВ

МУРАТ АКСОЙ

аспирант

Киевский национальный лингвистический университет

kafrosukr@gmail.com

В статье проанализировано лингвальное наполнение концептуального поля *ТУРЦИЯ* в российской картине мира. Обосновано структуру концепта, определены его ядро и периферия, а также особенности взаимодействия с другими концептами. Показано динамику изменений в оценочном освещении указанного концептуального поля в российском медийном дискурсе 2010 – 2017-х годов.

Ключевые слова: оценочная динамика, концепт, концептуальное поле *ТУРЦИЯ*, медиа-дискурс, концептуализация, субконцепты.

ОЦІННА ДИНАМІКА КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПОЛЯ *ТУРЕЧЧИНА* В РОСІЙСЬКОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ 2010-2017-х РОКІВ

Мурат АКСОЙ

аспірант

Київський національний лінгвістичний університет

kafrosukr@gmail.com

Робота присвячена вивченню особливостей мовної реалізації концептуального поля *ТУРЕЧЧИНА* в російському медіа-дискурсі. Актуальність дослідження визначається необхідністю виявлення механізмів, які б пояснювали способи вербалізації актуальних концептів сучасності.

Метою статті є розробка структури концептуального поля *ТУРЕЧЧИНА* та ілюстрація його оцінної динаміки, з'ясованої на основі вивчення способів вербалізації цього поняття в російських ЗМІ 2010-2017-х років.

Методи. Дослідження виконано із застосуванням методів концептуального аналізу та компонентного аналізу.

Результати. Аналіз оцінної динаміки концептуального поля *ТУРЕЧЧИНА* в російському медіа-дискурсі дав підстави структурувати це утворення, виділивши в ньому ядрну та периферійну зони. Також показано його взаємоперетин з іншими концептуальними полями. Оцінну динаміку поля встановлено на основі оцінних висловлювань у текстах ЗМІ.

Висновки. Концептуальне поле *ТУРЕЧЧИНА* становить складну систему, засновану на взаємодії центрального поняття *ТУРЕЧЧИНА* з іншими поняттями поля *АГРЕСИВНОСТІ*, а саме з концептами *КОНФЛІКТ*, *ВОРОЖІСТЬ*, *ПОЛІТИКА*, *ВІЙНА* та ін. Залежно від того, який з них починає домінувати, змінюються оцінки як самого концепта *ТУРЕЧЧИНА*, так і його субконцептів.

Ключові слова: оцінна динаміка, концепт, концептуальне поле *ТУРЕЧЧИНА*, медіа-дискурс, концептуалізація, субконцепти.

EVALUATIVE DYNAMICS OF CONCEPTUAL FIELD *TURKEY* IN RUSSIAN MEDIA DISCOURSE OF THE 2010TH

Murat AKSOJ

Graduate student

Kyiv National Linguistic University

kafrosukr@gmail.com

Introduction. The paper focuses on the problem of linguistic realisation of the conceptual field TURKEY in Russian media discourse. Topicality of the research is determined by the necessity of revealing the mechanism, which would explain the ways of verbalization of the dynamics of conceptual field TURKEY taking place in cognitive structure of the text.

Purpose. The paper aims at working out the structure of conceptual field TURKEY and illustrating its estimated dynamics grounded on the ways of this concept verbalization in Russian media texts of 2010th.

Methods. The investigation is made provided the method of conceptual analysis and the methods of componential analysis as well.

Results. Analyzing the evaluative dynamics of conceptual field TURKEY in Russian media discourse gave the reason for structuring this concept, describing its nuclear and ways of its interconnection with other concepts. Thus, the evaluative dynamics of this conceptual field in Russian media discourse of 2010th is presented in the paper.

Conclusions. Dynamics of conceptual field TURKEY is a complex system, which is grounded on the interconnection of nuclear concept TURKEY with other concepts of AGRESSION, for instance: CONFLICT, ANMITY, POLITICS, WAR, etc. Depended on the concept which may dominate at this or that situation, evaluative meaning of the concept TURKEY or its subconcepts may also change.

Keywords: evaluative dynamics, concept, conceptual field TURKEY, media discourse, conceptualization, subconcepts

Постановка проблемы. Концептуализация является важной частью когнитивной деятельности человека, поскольку концепты, образующиеся в результате названного процесса, упорядочивают информацию об объектах окружающей действительности. Очень важно фиксировать изменения в оценочной интерпретации концептов.

Актуальность данного исследования определяется потребностью выявления динамики концептуального поля *ТУРЦИЯ*, находящей свою реализацию в когнитивной структуре текста, путем анализа русскоязычного медийного дискурса 2010-х годов.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема изучения концепта *ТУРЦИЯ* как составной части концепта *СТРАНА* в русскоязычной картине мира находится в русле важнейших лингвистических исследований, так как правильное восприятие особенностей той или иной страны важно как с точки зрения лингвистики, так и с позиций межнациональной коммуникации. В современной русистике исследуются концепты *РОССИЯ*, *АМЕРИКА*, *ГЕРМАНИЯ*, *ЕВРОПА* (например, работы О. А. Гришиной (2004), Р. Д. Керимова (2013), О. А. Куданкиной (2005), О. Г. Орловой (2013), М. В. Пименовой (2011) и некоторых других авторов), однако концепт *ТУРЦИЯ* в настоящее время не изучен, несмотря на актуальность исследования данного направления в связи с популярностью отдыха в этой стране.

Цель исследования – выявить структурную организацию концептуального поля *ТУРЦИЯ* на основе его вербализации в русском медийном дискурсе 2010-х годов.

Изложение основного материала исследования. В современной лингвистической литературе много внимания уделяют изучению и сравнению концептосфер родственных и неродственных языков. Концептосферу считают основным источником формирования концептов, “сферой мысли” (Стернин, 2002, с. 47). Используя язык в любой сфере, люди актуализируют те или иные концепты, которые, в свою очередь, отражают мировоззрение, ценности, опыт, идеалы, чувства говорящих. В связи с этим показательно определение А. Вежбицкой (2001), которая считает, что концепт – это “объект из мира “Идеальное”, имеющий имя и отражающий культурно обусловленное представление человека о мире “Действительность” (с. 23).

Отношения между культурными концептами и их значениями достаточно сложны, поэтому когнитивная лингвистика и лингвокультурология сосредоточиваются на изучении соотношения языкового значения и культурного смысла. Для современной лингвистики “идея о первичности

содержания и вторичности выражения стала основополагающей” (Снитко, 1999, с. 31), и в связи с этим в современных исследованиях уделяется большое внимание прежде всего изучению концептов и интерпретации их содержания.

Исследование особенностей концептуализации предполагает изучение не отдельных концептов, а всей совокупности связей – деривативных, ассоциативных, синонимических и антонимических, в которых находится концепт. Актуализуемые на основе всех названных связей лексемы составляют концептуальное поле. Это весьма сложное, структурированное образование, отражающее в диахронии и синхронии некоторый фрагмент действительности.

Концептуальному полю присущ ряд онтологических признаков, определяющих его организацию в языке и в тексте: 1) его ядерный концепт и конститuentы тесно взаимодействуют между собой; 2) поле можно исследовать с точки зрения синхронии и диахронии; 3) поле отражает традицию и специфику национального концепта; 4) имеет общекультурный и ассоциативный фон. Из этого следует, что образование концептуального поля связано не только с мыслительной деятельностью носителей языка, но и с их культурой, традициями, историей, менталитетом.

Концептуальное поле моделируют на основании анализа языковых единиц. При определении его структуры учитывают мотивирующие признаки слова, которые непосредственно связаны с историей слова и его функционированием. Очень важно отметить образные признаки концепта, которые актуализируются вследствие разной сочетаемости слов. Безусловно, при структуризации поля принимают во внимание понятийные отношения между конститuentами. Поле демонстрирует и ценностные признаки, которые так или иначе отражены в языковых значениях, коннотации лексем. По мнению ученых, концептуальное поле обладает и “функциональным и символическим признаками, раскрывающими сакральный характер того или иного концепта” (Словарь русского языка XVIII в., 1984, с. 294-295). Таким образом, концептуальное поле обладает множеством информации и очень красочно представляет языковую картину мира как структурированный фрагмент.

Рассмотрим особенности строения концептуального поля *ТУРЦИЯ* в русском медийном дискурсе в динамике 2010-2017-х годов, ибо тексты средств массовой информации репрезентируют наиболее актуальные оценки обществом того или иного объекта.

Мы считаем, что концепт *ТУРЦИЯ* нужно интерпретировать как кластерный концепт, который объединяет такие субконцепты, как *ТУРКИ*, *ТУРОК*, *ТУРЧАНКА* и некоторые другие. Как признак кластерного концепта рассматривается также возможность отнесения его к разным концептосферам. Нам представляется, что концепт *ТУРЦИЯ* в русской языковой картине мира пересекается с концептами *СТРАНА*, *ГОСУДАРСТВО*, *ЗАГРАНИЦА*, *ВОСТОК* и некоторыми “другими” (А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский (2008) разводят термины государство и страна, отмечая, что для первого наиболее важна идея власти, а для второго – идея территории).

При изучении кластерных концептов важно не ограничиваться анализом дефиниций объективирующего концепт слова в лексикографических источниках. Очень ценной оказывается информация о концепте, полученная от носителей языка или из масс-медиа. Именно таким образом можно установить, с какими когнитивными областями пересекается исследуемый кластерный концепт, а также выделить наиболее точный перечень его субконцептов и определить закономерности их комбинаторики.

Восприятие Турции русскими в 2010-м году и в 2017-м году – нередко разное, оценка тоже менялась под влиянием политических событий. В частности, констатируем, что после сбито самолета РФ в 2015-м году в концептуальное поле *ТУРЦИЯ* вплетаются концепты *АГРЕССИЯ*, *ВОЙНА*. *ПОЛИТИКА*, *КОНФЛИКТ*:

Положение у русских в Турции сейчас тяжелое. ... Радикализм довольно популярен: те турки, которые всегда были настроены против русскоязычного населения, сейчас еще больше активизировались. После таких событий они чувствуют себя особенно сильными, ненависть сочится отовсюду (<https://lenta.ru/articles/2015/11/30/rusturk/>).

Выделим структурные составляющие враждебности, чуждости:

1. Агрессивность турок.

“Украина и Турция угрожают Крыму. НАТО сформирует в Черном море мощную военно-морскую флотилию” (Независимая газета).

2. Политические амбиции.

“Турция под прикрытием размытой формулировки “очистка района от террористических элементов” не только преследует миротворческие цели, но и удовлетворяет собственные политические амбиции” (Газета.ру)

3. Опасный отдых.

Кроме того, можно отметить и освещение других событий в Турции в негативной коннотации: *В турецкой Анталии туристический автобус сорвался с 50-метровой скалы, об этом сообщает местный канал Haberturk.*

По данным канала, в автобусе ехали 27 пассажиров – иностранных туристов. Национальность туристов не уточняется. Больше читайте здесь: <https://ru.tsn.ua/svit/v-turcii-avtobus-s-turistami-sorvalsya-so-skaly-smi-soobschayut-o-pogibshih-i-ranenyh-931950.html>

СМИ: российский турист утонул в Турции. В Аланье при купании утонул российский турист, 68-летний Николай Кудинов, сообщает Life со ссылкой на турецкие СМИ. Указывается, что тело погибшего в настоящее время направлено на экспертизу. (<http://www.mk.ru/incident/2017/08/27/smi-rossiyskiy-turist-utonul-v-turcii.html>)

Турецкие СМИ сообщили о ранении российского парашютиста. Москва. 24 сентября. INTERFAX.RU – Российский парашютист получил серьезные травмы, упав с высоты в 70 метров 23 сентября 2017, сообщает агентство “Анадолу”. Молодой человек прыгал с парашютом в районе Фетхие провинции Мугла... (<http://www.interfax.ru/world/580321>).

Приведенные примеры свидетельствуют о формировании в русской прессе негативного имиджа Турции как туристического государства, в котором русским отдыхающим может быть небезопасно, некомфортно, неспокойно.

При этом русские Интернет-ресурсы отмечают, что отношение к Турции в 2017 году изменилось не в лучшую сторону не только в россиян, но и в граждан других стран (<http://turkey-is.ru/novosti/imidzh-turtsii/>), то есть негативная оценка экстраполируется и на более широкий круг участников оценки, хотя конкретных примеров того, как оценивают Турцию граждане других стран, авторы не приводят.

Журналисты обращают внимание читателей на то, что Турция переживает не самый простой период своего развития в плане экономики, внутренней и внешней политики, безопасности и так далее. Интересно, как интерпретируют русские обозреватели перспективы Турции на международной арене. Некоторые из них оценивают новый слоган турецкой рекламной кампании “Turkey Discover the Potential”, то есть: “Турция открой (для себя её) потенциал”, как “очень правильный” (<http://turkey-is.ru/novosti/imidzh-turtsii/>). Весьма эффективным считают стратегическое решение привлечь в рекламу глав крупнейших зарубежных корпораций, которые ведут в Турции бизнес. В рекламных роликах их представлено в качестве “друзей Турции”. Очень важно, что, кроме глав турецких отделений Самсунга и Форда, в рекламном проекте фигурирует руководитель российского Сбербанка Герман Греф, который заявляет, что “Сбербанк не планирует продавать свой бизнес в Турции, перспективы его развития при наблюдающемся устойчивом экономическом росте в этой стране хорошие” (<http://turkey-is.ru/novosti/imidzh-turtsii/>). Такое заявление свидетельствует о наметившемся позитивном векторе отношений Турции и России.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Концептуальное поле *ТУРЦИЯ* представляет собой сложную систему, основанную на взаимодействии центрального концепта *ТУРЦИЯ* с другими концептами поля *АГРЕССИВНОСТИ*, а именно с концептами *КОНФЛИКТ*, *ВРАЖДЕБНОСТЬ*, *ПОЛИТИКА*, *ВОЙНА* и др. В зависимости от того, какой из них начинает доминировать, меняются оценки как самого концепта *ТУРЦИЯ*, так и его субконцептов.

Русский медиа-дискурс 2010-2017 гг. отражает разные оценки концепта *ТУРЦИЯ* в русском обществе. Динамика оценивания в большой мере обусловлена политическими обстоятельствами. В перспективе считаем важным исследовать оценочную составляющую проанализированного концептуального поля на материале других видов дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

- Баранов, А. Н. и Добровольский, Д. О. (2008). *Аспекты теории фразеологии*. Москва: Знак.
- Вежбицкая, А. (2001). *Лексикография и концептуальный анализ*. Москва: Языки русской культуры.
- Гришина, О. А. (2004). *Актуализация концепта АМЕРИКА в современном русском языке: на материале публицистических текстов*. (Дис. канд. филол. наук). Кемерово.
- Евгеньева, А. П. (Ред.). (1981). *Словарь русского языка*. (Т. 1). Москва: Рус. яз.
- Керимов, Р. Д. (2013). Лингвокогнитивные аспекты изучения немецкой политической метафоры. *Языковая картина мира. Гуманитарный вектор*. 4 (36), 155-164.
- Куданкина, О. А. (2005). *Актуализация концепта ГЕРМАНИЯ в российской публицистике*. (Дис. канд. филол. наук). Архангельск.
- Ожегов, С. И. и Шведова, Н. Ю. (1999). *Толковый словарь русского языка*. Москва: Азбуковник.
- Орлова, О. Г. (2013). *Дискурсивная теория стереотипа*. (Автореф. дис. докт. филол. наук). Кемерово.
- Пименова, М. В. (2011). Концептуальные исследования и национальная ментальность. *Языковая картина мира. Гуманитарный вектор*. 4 (28). 126-132.
- Снитко, Т. Н. (1999). *Предельные понятия в Западной и Восточной лингвокультурах*. Пятигорск: Пятиг. гос. лингв. ун-т.
- Сорокин, Ю. С. (Ред.). (1984). *Словарь русского языка XVIII в.* (Вып. 1.) Ленинград: Наука, Ленингр. отд-ние.
- Стернин, И. А. (2002). Коммуникативное и когнитивное сознание. *С любовью к языку*. (с. 44-51). Воронеж: Воронеж. гос. ун-т.

REFERENCES

- Baranov, A. N. i Dobrovol'skij, D. O. (2008). *Aspekty teorii frazeologii*. Moskva: Znak.
- Vezhbitskaia, A. (2001). *Leksikohrafiia i kontseptual'nyj analiz*. Moskva: Yazyki russkoj kul'tury.
- Hrishina, O. A. (2004). *Aktualizatsiia kontseptu AMERIKA v sovremennom russkom iazyke: na materiale publitsisticheskikh tekstov*. (Dis. kand. filol. nauk). Kemerovo.
- Evgen'eva, A. P. (Red.). (1981). *Slovar' russkogo iazyka*. (T. 1). Moskva: Rus. iaz.
- Kerimov, R. D. (2013). *Lingvokognitivnyie aspekty izucheniia nemetskoj politicheskoy metafory. Yazykovaia kartina mira. Gumanitarnyj vektor*. 4 (36), 155-164.
- Kudankina, O. A. (2005). *Aktualizatsiia kontseptu HERMANIIA v rossijskoj publitsistike*. (Dis. kand. filol. nauk). Arkhanhel'sk.
- Ozhegov, S. Y. i Shvedova, N. Yu. (1999). *Tolkovyy slovar' russkogo iazyka*. Moskva: Azbukovnik.
- Orlova, O. H. (2013). *Diskursivnaia teoriia stereotipa*. (Avtoref. dis. dokt. filol. nauk). Kemerovo.
- Pimenova, M. V. (2011). *Kontseptual'nyie issledovaniia i natsional'naia mental'nost'*. *Yazykovaia kartina mira. Humanitarnyj vektor*. 4 (28). 126-132.
- Snitko, T. N. (1999). *Predel'nyie poniatii v Zapadnoj i Vostochnoj lingvokul'turakh*. Piatigorsk: Piatig. gos. lingv. un-t.
- Sorokin, Yu. S. (Red.). (1984). *Slovar' russkogo iazyka XVIII v.* (Vyp. 1.) Leningrad: Nauka, Leningr. otd-nie.
- Sternin, Y. A. (2002). *Kommunikativnoie i kognitivnoie soznaniie. S liubov'iu k iazyku*. (s. 44-51). Voronezh: Voronezh. gos. un-t.

*Дата надходження до редакції 17.02.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

УДК 81.23 = 161

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ АСОЦІАТИВНОГО ПОЛЯ СТИМУЛУ ЦІННІСТЬ (ДИНАМІЧНИЙ АСПЕКТ)

ТЕРЕХОВА Д. І.

кандидат філологічних наук, доцент
Київський національний лінгвістичний університет
dterekhova@ukr.net

Вивчення мовної свідомості представників різних етносів не втрачає своєї актуальності в сучасній психолінгвістиці. Переважна частина досліджень зазначеної проблеми ґрунтується на матеріалах асоціативних експериментів, яких з середини минулого століття до сьогодні накопичено чимало і в лексикографічних працях, і в окремих наукових розвідках, що дозволяє вивчати мовну свідомість на певному часовому зрізі і в динаміці. Однак список стимулів не є всеохоплюючим, тому для досягнення мети цієї роботи використано матеріали вільних асоціативних експериментів, проведених в Україні в 2000 та 2012 роках.

У статті подано результати психолінгвістичного аналізу асоціативних полів слова-стимулу ЦІННІСТЬ, отриманих від українських респондентів з інтервалом у дванадцять років, які репрезентують динаміку змін у відповідних фрагментах образу світу українців.

Структуру асоціативних полів виявлено за допомогою “асоціативного гештальту”, який унаочнив тенденції змін у мовній свідомості представників українського етносу на початку XXI століття.

Ключові слова: образ світу, мовна свідомість, асоціативний експеримент, асоціативне поле, асоціативний гештальт.

PSYCHOLINGUISTIC ANALYSIS OF ASSOCIATIVE FIELD OF THE STIMULUS ЦІННІСТЬ (DYNAMIC ASPECT)

TEREKHOVA Diana Ivanivna
PhD in Philology, Associate Professor
Kyiv National Linguistic University
dterekhova@ukr.net

Introduction. The study of the linguistic consciousness of representatives of various ethnic groups does not lose its relevance in modern psycholinguistics. The overwhelming part of the researches of this problem is based on the materials of associative experiments. There have been accumulated a lot of these experiments both in lexicographical works and in separate scientific researches from the middle of the last century up to now. This fact allows studying of the linguistic consciousness at a certain time slice and in dynamics. However, the list of stimuli is not comprehensive, therefore, the materials of free associative experiments, that was conducted in Ukraine in 2000 and in 2012, have been used, in order to achieve the purpose of this work.

Purpose. The purpose of the study is to reveal the structure of the associative value by the example of the associative fields of the stimulus ЦІННІСТЬ in the Ukrainian language.

Methods. The structure of associative fields was discovered through the “associative gestalt”, which made an attempt to illustrate the trends of changing in the linguistic consciousness of the representatives of the Ukrainian ethnic group at the beginning of the 21st century.

Results. The article presents the results of the psycholinguistic analysis of the associative fields of the word-stimulus ЦІННІСТЬ, that were obtained from Ukrainian respondents with the interval of twelve years, which represent the dynamics of changes in the corresponding fragments of the world image of Ukrainians.

Conclusion. The study of the meaning of the word on the material of lexicographic sources and a number of associative experiments that were applied to a specific word-stimulus is justified and necessary for the comprehensive identification of semantics.

Key words: the world image, linguistic consciousness, associative experiment, associative field, associative gestalt.

Формулювання проблеми та її зв'язок із науковими завданнями. Дослідження мовної свідомості представників різних етносів вже не одне десятиліття залишається в колі прискіпливої уваги науковців різних галузей, і психолінгвістів зокрема. Особливого значення такі наукові розробки набули в країнах, утворених на пострадянському просторі, оскільки зміни в суспільно-політичному та культурному житті, переоцінка цінностей і визначення нових ціннісних орієнтирів, пріоритетів в усіх сферах діяльності знаходять відбиття і в мовній свідомості, сприяють самопізнанню та самоудосконаленню внутрішнього світу кожної окремої людини і суспільства в цілому. Осередком духовного життя суспільства науковці вважають цінності, оскільки, будучи засвоєними людьми, вони сприяють згуртуванню соціума, спрямуванню на досягнення спільної мети, таким чином, можуть скеровувати хід історії в певному напрямі. Отже, гуманістичні засади спільноти необхідно не лише вивчати, а й формувати крізь випрацьовану систему цінностей. Виявити цінності представників певного народу дають змогу психолінгвістичні методи дослідження, до яких звертаємося в роботі.

Мета статті та її завдання. Метою цієї наукової розвідки є аналіз асоціативних полів стимулу ЦІННІСТЬ, отриманих від українських респондентів в 2000 та 2012 роках задля виявлення змін у відповідних фрагментах образу світу представників українського народу.

Матеріал дослідження отримано в результаті проведення психолінгвістичних експериментів в Україні, як і зазначалося вище, у різні роки – в 2000 та 2012 роках.

Актуальність дослідження визначається всебічним вивченням мовної свідомості представників як окремого народу, так і в зіставленні з іншими, у психолінгвістиці кінця ХХ – початку ХХІ століть. Надійним “інструментом” дослідження мовної свідомості визнано асоціативний експеримент. На матеріалах, отриманих у такий спосіб, створено асоціативні словники, які репрезентують мовну свідомість представників певного етносу в конкретний історичний період. Наприклад, в українській лексикографії широко відомі словники Н.П. Бутенко “Словник асоціативних норм української мови” (1979) та “Словник асоціативних означень іменників в українській мові” (1989), С. Маргінек “Український асоціативний словник” у двох томах (2007). Почасті україномовний матеріал репрезентує “Славянський асоціативний словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский” (2004) за редакцією Н.В. Уфимцевої, Г.О. Черкасової, Ю.М. Караулова, Є.Ф. Тарасова. Отже, зіставляючи дані словників, виданих у різні часи, можна простежити зміни, що відбулися за певний період у мовній свідомості, з'ясувати їхні причини. Проте повне всебічне дослідження таких змін навряд чи можливе, оскільки списки слів-стимулів у словниках не завжди збігаються, тому більшою мірою йдеться про вивчення динаміки мовної свідомості на матеріалі окремих асоціативних полів або ж, як у нашому випадку, відповідно до мети та завдань роботи слід опиратися на експериментальний матеріал, зібраний власноруч з визначеним інтервалом у часі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує зацікавлення науковців виявленням змін у мовній свідомості представників різних етносів (напр., див. роботи: Волковинська Н.О. – на матеріалі англійської мови; Заєць Г.І. – на матеріалі української мови; Уфимцева Н.В. – на матеріалі російської мови; Терехова Д.І. – на матеріалі східнослов'янських мов; Молдалієв О., Сандибаєва Н.О. – на матеріалі казахської мови та ін.). Отже, у нашій роботі акцентовано увагу на змінах у мовній свідомості представників молодого покоління українців, становлення яких відбувалося в незалежній країні, тому вивчення їхніх ціннісних пріоритетів є важливим і необхідним з огляду на те, що саме молодь визначатиме свою долю, долю країни у майбутньому.

Розвиток наукової думки в пострадянський період у різних галузях науки спонукає до всебічного вивчення цінностей (загальнолюдських, європейських, національних тощо) окремо або у взаємодії та взаємозалежності, що зумовлено потребами становлення країни та формування світогляду її громадян. Огляд праць засвідчує значний доробок учених у багатьох аспектах дослідження цінностей, зокрема у філософському (напр.: Альчук М.П., Бойченко Н.М., Висоцька О.Є., Кафарський В.І., Кодієвська Е.А., Лазарева А.О., Мацько Д.С., Нікітенко В.О., Носенко О.В., Ременець О.В., Юшкевич Ю.С.), історичному (напр.: Калашнікова В.Є., Себта Т.М.), психологічному (Чхаїдзе А.О.), юридичному (Жебровська К.А., Зверховська В.Ф., Овчиннікова А.П., Реньов Є.В., Романюк А.О.), соціологічному (Дмитрук Н., Лутаєв В.В., Морозова Т.Г., Циганчук А.С.), етичному та релігійному (Аболіна Т.Г., Гайдукевич К.А., Ткачук В., Яковенко А.І.), педагогічному та методичному (Антоненко Т.А., Безугла М.В., Гришко Ю.А., Канішевська Я.В., Лебідь І.В., Носенко Є.Л., Осіпцов А.В., Роман С.В., Павліченко О.М., Піроженко Т.О., Сліпеч П.П., Ускова А.Л., Химич Н.Є.), лінгвістичному (Беліков В.І., Буряковська В.А., Дикін Р.В., Дячук О.В., Карасик В.І., Осовська І.М., Почепцов Г.Г.). З огляду на історичні зміни, які відбулися в політичній, суспільно-економічній, культурній та інших сферах наприкінці ХХ століття з розпадом СРСР і формуванням незалежних держав, надзвичайно важливим видається вивчення змін у ціннісних орієнтирах народів цих держав, і виявити ці зміни у мовній свідомості дає змогу психолінгвістичний підхід.

Наукові результати виявляються у встановленні змін в образах мовної свідомості українців у перше десятиліття ХХІ століття, які відбивають ціннісні пріоритети молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. У “Філософському енциклопедичному словнику” (Шинкарук, 2002, с. 708-709) цінність визначається, як “термін, що позначає належне та бажане, на відміну від реального, дійсного”. За даними цього джерела, розуміння цінності було започатковано ще в античності Платоном, який розумів ідею добра як таку, що “увінчує ієрархію всіх інших ідей”. У період середньовіччя цінності вважалися ідеями, які “..Бог привніс у світ внаслідок акту творення світу та через явлення Христа – зокрема через Божий Заповіт”. (Шинкарук, 2002, с. 708) У новочасній філософії дотримувалися суб’єктивістського розуміння цінностей: “...цінності належать до психічних об’єктів – їх джерелом є наші бажання, інтереси, почуття, ставлення” (Шинкарук, 2002, с. 708). У подальшому сформувалися два погляди на природу цінностей: суб’єктивістський та об’єктивістський. ...” У філософії кін. ХХ ст. суперечка двох названих підходів до проблеми цінностей існувала у вигляді певних тенденцій. Більшість сучасних філософів у поясненні природи цінностей намагаються поєднати позитивні елементи обох підходів. За висловом Фрондізі, складність цінностей, поєднання в них різномірних елементів спонукала “пояснювати природу цінностей на основі поняття гештальту” (Шинкарук, 2002, с. 708). Цінності поділяють на дві групи: “нижчі”, або “матеріальні”, які задовольняють біологічні потреби, і вищі (духовні) цінності; на індивідуальні, колективні (партикулярні) та універсальні (загальнолюдські). Універсальні визнають різні народи, а партикулярні є самобутними для певного народу. Універсальні “включені в контекст кожної із культур, націй чи цивілізацій” (Шинкарук, 2002, с. 709).

Цінності є важливою основою для єднання людей у нації, цивілізації. Особливої уваги надається моральним цінностям, які характеризують як: “1) осмислені моральною свідомістю, етично обґрунтовані належні доброчесності й відповідні їм норми поведінки (мудрість, мужність, толерантність, вірність, правдивість, щирість та ін.); 2) узагальнений зміст основних етичних понять (добро і зло, справедливість, щастя, гідність, честь, обов’язок тощо) і принципів (альтруїзм, гуманізм, благоговіння перед життям та ін.); 3) безпосередньо значимі для людини універсальні зразки, вимоги, ідеали моралі, які мають самостійний статус, схвалюються суспільною думкою, знаходять втілення в праві, релігії, мистецтві, філософії” (Шинкарук, 2002, с. 709).

У “Словнику сучасної української мови” у багатозначного слова **ЦІННІСТЬ** зафіксовано три основних значення:

ЦІННІСТЬ, ності, жін.

1. Виражена в грошах вартість чого-небудь; ціна. *Посилка з оголошеною цінністю...*

2. перев. мн. Те, що має певну матеріальну або духовну вартість. *Творилися нові сили в народі, народжувалися нові цінності* (Грина Вільде, Б'є восьма, 1945, 83 // Цінний предмет. *В той же день конфісковані цінності було відправлено в Херсон і здано губернському казначею по акту* (Олесь Гончар, II, 1959, 74). **Матеріальні цінності**, ек. – всі предмети (земля, будівлі, речі побуту і т. ін.), що мають певну вартість, ціну. *Скільки матеріальних цінностей, а з ними і людського щастя принесла ота дружба наукових працівників з колгоспом* (Іван І. Волошин, Озеро..., 1959, 51).

3. Важливість, значущість чого-небудь. ... *Твори найкрупніших майстрів портрета – Репіна або Серова, Веласкеса або Рембрандта – не втратили і ніколи не втратять для нас своєї цінності через те, що в них, крім великої майстерності, відчувається світогляд епохи, система поглядів художників* (Мистецтво, 1, 1959, 34). **Надавати цінності** – те саме, що Надавати значення. *Надаючи великої цінності люцерні, як надійному джерелу кормів, радгосп розширив її посіви до шестисот гектарів* (Хлібороб України, 2, 1969, 6); **Переоцінка [всіх] цінностей**; **Переоцінювання [всіх] цінностей** – те саме, що Переоцінка [всіх] цінностей. *Іде напружене переоцінювання цінностей* (Василь Еллан, II, 1958, 177); **Переоцінювати (переоцінити) [всі] цінності** див. (“Словник української мови”, с. 237).

Психологічно реальне значення слова ЦІННОСТІ, що існують у мовній свідомості певних людей, зазвичай дізнаються за допомогою асоціативних експериментів. Зупинімося на результатах вільних асоціативних експериментів, проведених в Україні в 2000 та 2012 роках серед студентів вищих навчальних закладів (було залучено по сто респондентів) для з'ясування образів мовної свідомості, що стоять за словом-стимулом ЦІННОСТІ, та зіставимо ядрну зону і структуру асоціативних полів, одержані у зазначені вище роки.

Асоціативне поле стимулу ЦІННІСТЬ (2000 р.) складається зі 100 реакцій, містить 58 асоціатів та 38 одиничних реакцій. Асоціативне поле стимулу ЦІННІСТЬ (2012 р.) також складається зі 100 реакцій, містить 56 асоціатів та 41 одиничну реакцію. Порівняємо ядра асоціативних полів (див. табл. 1).

Таблиця 1

**Зіставлення ядер асоціативних полів стимулу ЦІННІСТЬ,
одержаних у результаті проведення експериментів у різні роки**

№ п/п	Ядро асоціативного поля стимулу ЦІННІСТЬ (2000 р.)	Ядро асоціативного поля стимулу ЦІННІСТЬ (2012 р.)
1.	<i>здоров'я (8)</i>	<i>життя (9)</i>
2.	<i>життя (7)</i>	<i>сім'я (7)</i>
3.	<i>золото (6)</i>	<i>любов (6)</i>
4.	<i>вартість (4)</i>	<i>гроші (5)</i>
5.	<i>любов (4)</i>	<i>мораль (4)</i>
6.	<i>гроші (3)</i>	
7.	<i>моральна (3)</i>	

Отже, найчастотніші асоціації показують найбільш значущі поняття при сприйнятті стимулу ЦІННІСТЬ. Так, найбільшою цінністю для респондентів у 2000 р. вважалося здоров'я (ЦІННІСТЬ – *здоров'я (8)*), другою за значущістю є цінність людського життя (ЦІННІСТЬ – *життя (7)*). *Окремі реакції пов'язані з матеріальними цінностями ми (ЦІННІСТЬ – золото (6),*

вартість (4), гроші (3)), однак моральні цінності також були важливими для українців того часу (ЦІННІСТЬ – моральна (3)) та до найвищих цінностей віднесено також любов (ЦІННІСТЬ – любов (4)).

Пріоритети респондентів у 2012 р. дещо змістилися: найбільшими цінностями для них є людське життя, родина і любов (ЦІННІСТЬ – життя (9), сім'я (7), любов (4)). Важливими є також матеріальні цінності (ЦІННІСТЬ – гроші (5)) і моральні (ЦІННІСТЬ – мораль (4)).

Аналіз структури асоціативних полів виконано за допомогою методики “асоціативного гештальту” (її опис подано неодноразово у попередніх статтях). Результати представлено у таблиці 2.

Таблиця 2

Зони гештальтів асоціативних полів стимулу ЦІННІСТЬ, одержаних у результаті проведення експериментів у різні роки

№ п/п	Зони гештальтів	2000 р., %	2012 р., %
1.	Матеріальні цінності	25	19
2.	Ознаки	14	2
3.	Характеристики	10	3
4.	Ставлення	9	8
5.	Здоров'я	8	1
6.	Життя	7	9
7.	Моральні цінності	12	12
8.	Люди	4	4
9.	Якості людини	4	2
10.	Час	1	2
11.	Жанр літературного твору	1	-
12.	Фізичний стан людини	1	-
13.	Влада	1	-
14.	Сім'я	-	8
15.	Міжособові стосунки	-	6
16.	Воля	-	2
17.	Вартість	-	1
18.	Знання	-	1
19.	Частини тіла	-	1
Усього зон		13	17

Загальна кількість зон у гештальтах відрізняється: виявлено 13 зон у гештальті асоціативного поля, одержаного в 2000 р., 17 зон – у гештальті асоціативного поля, одержаного в 2012 р. Десять зон наявні в обох гештальтах, однак відрізняються вони обсягом реакцій, отже, й рейтингом у межах гештальту, якісним наповненням – різноманітними реакціями.

Найбільшими за обсягом зонами – ядрами асоціативних полів – виявилися в гештальті асоціативного поля, одержаного в 2000 р., зона 1 “Матеріальні цінності”, 25 %, зона 2 “Ознаки”, 14 %; у гештальті асоціативного поля, одержаного в 2012 р., зона “Матеріальні цінності”, 19 %, “Моральні цінності”, 19 %.

При зіставленні асоціацій зон “Матеріальні цінності (25 % і 19 %) бачимо, наприклад, такі реакції, напр.: ЦІННОСТІ (2000) – золото (6), гроші (3), коштовність (2), папери (2), подарунок (2), антикваріат (1), прикраси (1), рубін (1), скарб (1) / ЦІННОСТІ (2012) – гроші (5), золото (2), скарб (2), валюта (1), прикраси (1), антикваріат (1), годинник (1), ваза (1), які у поєднанні з частотністю становлять певну невідповідність.

Матеріальним цінностям зазвичай протиставляються моральні, тобто такі поняття, що є певним зразком, орієнтиром у житті. Саме вони визначають твердість моральних позицій

особистості, її принципи, уподобання, є критерієм вчинків. Вони виражають моральний бік особистості, її поведінку. Отже, зони “Моральні цінності” мають однаковий обсяг реакцій, по 12 %, проте в ієрархії зон відповідно до свого рангу займають/посідають різні місця. Якісне наповнення також має відмінності, напр.: ЦІННОСТІ (2000) – *любов (4), мораль (2), віра (1), кохання (1), людяність (1), моральність (1), надія (1)* / ЦІННОСТІ (2012) – *любов (6), мораль (4), духовність (2), духовне (1), доброта (1)*.

Ще одна зона “Люди” має однаковий обсяг у двох гештальтах – 4 % – і містить реакції, що висвітлюють споконвічні загальнолюдські цінності: ЦІННОСТІ (2000) – *батьки (1), людина (1), рідня (1)* / ЦІННОСТІ (2012) – *батьки (2), діти (2)*. Ідею сімейних цінностей підтримує зона, наявна лише в гештальті асоціативного поля, одержаного в 2012 р., “Сім’я”, 8 %: ЦІННОСТІ (2012) – *сім’я (8)*.

Більш важливими для українських респондентів стали й міжособистісні стосунки, реакції цієї зони “Міжособові стосунки”, 6 %, наступні: ЦІННОСТІ (2012) – *дружба (3), стосунки (1), турбота (1), поради (1)*.

Серед споконвічних цінностей в українських респондентів у 2012 р. зазначено у зоні “Воля”, 2 % ЦІННОСТІ (2012) – *воля (2)*, що засвідчує світоглядні позиції представників українського етносу, самоусвідомлення і визначення ролі в житті.

Висновки та перспекиви подальших досліджень. Таким чином, простежуючи динаміку в мовній свідомості українських респондентів, що відбулася протягом 12 років, зазначимо, що відповідно до результатів експерименту в пріоритеті залишаються матеріальні цінності, хоча їхня значущість дещо зменшилася (з 25 % до 19 %). У той же час важливу роль відіграють моральні, духовні цінності, виявлено зсув у бік цінностей людського життя, родини, міжособових стосунків, рис характеру, ствердження волі. Зрозуміло, що кількість респондентів в експериментах обмежена, отже ніяким чином висновки не поширюємо на весь народ, проте виявлені тенденції видаються нам важливими для кращого розуміння процесів, що відбуваються в суспільстві.

Зауважимо, що ціннісні орієнтири респондентів простежуються не лише в асоціативному полі цього стимулу, а й інших асоціативних полів досліджуваних слів-стимулів. У подальшому зіставлення динаміки у мовній свідомості українців плануємо зіставити з такими ж процесами, що відбуваються у мовній свідомості представників інших етносів.

ЛІТЕРАТУРА

- Надольний, І. Ф. (Ред.). (1997). *Філософія*. Київ: Вікар.
Шинкарук, В. І. (Ред.). (2002). *Філософський енциклопедичний словник*. Київ: Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди НАНУ.
Словник української мови [в 11 т.]. Т 11, 1980. С. 237.

REFERENCES

- Nadol'nyj, I. F. (Red.). (1997). *Filosofiiia*. Kyiv: Vikar.
Shynkaruk, V. I. (Red.). (2002). *Filosof's'kyj entsyklopedychnyj slovnyk*. Kyiv: Instytut filosofii im. H.S. Skovorody NANU.
Slovnyk ukrains'koi movy [v 11 t.]. T 11, 1980. S. 237.

*Дата надходження до редакції 15.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.*

СОЦІОЛІНГВІСТИКА

УДК 81'27+246.2 + 276.3 – 053.5

МАСОВЕ ОПИТУВАННЯ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД ДІАГНОСТУВАННЯ МОВНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ШКІЛЬНІЙ ОСВІТІ

ДАНИЛЕВСЬКА О. М.

кандидат філологічних наук,
старший науковий співробітник
Інститут української мови НАН України
od3556261@gmail.com

У статті обґрунтовано актуальність дослідження мовної ситуації в українській шкільній освіті за методикою масового опитування, схарактеризовано систему запитань для соціолінгвістичного зрізу в межах Проекту № 62700395 Фонду Фольксваген “Бі- та мультілінгвізм: між інтенсифікацією та розв’язанням конфлікту. Етнолінгвістичні конфлікти, мовна політика і контактні ситуації в пострадянських Україні і Росії” в аспекті якісних та оцінних параметрів мовної ситуації. Уточнено соціолінгвістичні критерії, на підставі яких зроблено висновок про зміни в мовній ситуації у сфері шкільної освіти в період від 2006 по 2017 р., зокрема простежено динаміку успадкованих від радянської епохи регіональних відмінностей та кількісних виявів деформації за лінією “місто – село”. Схарактеризовано систему запитань, спрямованих на збір даних стосовно оцінки суспільством мовної політики у сфері шкільної освіти.

Ключові слова: соціолінгвістика, мовна ситуація у сфері освіти, методи соціолінгвістичних досліджень, масове опитування, мовна політика.

MASS POLL AS THE MAIN LANGUAGE SITUATION DIAGNOSING METHOD IN UKRAINIAN SCHOOLING

DANYLEVSKA Oksana Mykolayivna
Candidate of Sciences (Philology), Senior Research Fellow
*Institute of Ukrainian Language,
National Academy of Sciences of Ukraine,*
od3556261@gmail.com

Introduction. The need to involve questions concerning quality and valuation parameters of linguistic situation in the material collection is caused by diglossic nature of bilingualism in schools in most parts of Ukraine, which is evident in the areas of the language use: Ukrainian in class, and Russian – during the breaks and after school activities. The language situation in a particular school, regardless of the status of language teaching, due to the configuration of the language situation in the region, which, however, is not included in statistical reports. That is shown in the survey carried out within the framework of Project No. 62700395 of the Volkswagen Foundation “Bi- and Multilingualism: between intensification and conflict resolution. Ethnolinguistic conflicts, linguistic politics and contact situations in post-Soviet Ukraine and Russia”, a system of questions was proposed concerning the real linguistic situation (perception of the linguistic environment, its assessment by the respondents) and its desirable development, that is, in the aspect of language policy in the field of education.

Purpose. The paper focuses on the relevance of the language situation study in Ukrainian schooling using the mass poll methodology, due to mismatch of statistical data on the functioning of Ukrainian as the state language and the real facts of the language use in the secondary schools.

Methods. The research is grounded on the methods of sociolinguistics, that is quantitative and qualitative analysis applying survey fieldwork and language boundary/difference perception.

Results. The article specifies the sociolinguistic criteria on the basis of which the conclusion about changes in the linguistic situation in the field of school education in the period from 2006 to 2017 is made, in particular the dynamics of the regional differences and quantitative deformation inherited from the Soviet era in the “city – village” aspect are traced. In particular, questions aimed at data collection on the assessment of the society's linguistic situation in the field of education were thoroughly analyzed. These questions made it possible to trace changes in linguistic behavior of respondents depending on the sphere of communication. Comparison of responses in the regional dimension revealed the heterogeneity of the language situation in school education by region, and the analysis of the responses of different population centers residents allowed to trace trends in overcoming the unevenness of linguistic development in the state in the “city – village” aspect. Providing respondents with questions that envisaged the assessment of possible language policy in the field of school education, we sought to determine whether this assessment depends on the peculiarities of the linguistic situation in the region, how common the stereotypical representations about the desired language education are, or whether the general political situation in the state affects perception and an assessment of the linguistic environment of educational institutions by the speakers. A separate question dealt with the prospects of bilingual education in Ukraine.

Conclusions. The compulsory comparison of the results of several sociolinguistic polls was emphasized to conclude on changes in the language guidelines for the desired perspectives of language education and language policy measures in the field of school education.

Keywords: sociolinguistics, linguistic situation in the sphere of education, methods of sociolinguistic research, mass poll, linguistic politics

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. Про актуальність проблем функціонування української мови у сфері шкільної освіти свідчить гостра дискусія з приводу статті 7 “Мова освіти” нового закону про освіту (№ 2145-VIII), ухваленого 5 вересня 2017 р. Експертне середовище й громадськість, представники різних політичних таборів, обстоюючи свою позицію щодо функціонування мов у загальноосвітніх навчальних закладах, покликалися на власні спостереження, особистий досвід, публікації в ЗМІ, історичні факти тощо, але не на дані соціологічних досліджень, суху мову цифр, бо виявилось, що таких просто немає. Найслабшими в резонансних обговореннях виглядали аргументи представників дипломатичного корпусу України, а також чиновників Міністерства освіти, яким довелося пояснювати впровадження норм з посилення позицій української мови як державної в освіті апеляціями до міжнародного досвіду, хоч більш виваженими й набагато переконливішими були б, безперечно, оцінки реальної мовної ситуації в українській освіті. Але через те що спеціального дослідження мовної ситуації в загальноосвітніх навчальних закладах в Україні досі проведено не було, багатьом здалося, що держава Україна вдається до волюнтаризму, який загрожує звуженням мовних прав великій кількості громадян.

На жаль, суспільна актуальність мовного питання в Україні не спричинила розширення емпіричної основи вивчення мовної ситуації. В абсолютній більшості робіт, – констатують соціологи, – мовну ситуацію аналізують на дуже обмеженому колі показників. Приміром, у щорічних моніторингових дослідженнях Інституту соціології НАН України використовують лише два показники: 1) рідна мова (без визначення, що розуміють під “рідною мовою”); 2) мова спілкування в родині (вдома) (*Якою мовою (мовами) Ви переважно спілкуєтесь у Вашій родині (вдома)?* – із варіантами відповіді: “переважно українською”, “переважно російською”, “і українською, і російською, залежно від обставин”, “іншою мовою”). Саме тому дослідження мовної ситуації у сфері освіти, зокрема в середніх школах, за методикою масового опитування є надзвичайно актуальним.

Мета статті – обґрунтувати ефективність масового опитування в діагностуванні мовної ситуації в українській шкільній освіті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мовну ситуацію в українській шкільній освіті визначає формальна та фактична взаємодія української мови як державної з російською та іншими мовами національних меншин, а також мов, які вивчають як іноземні. Проте найістотніше значення для характеристики мовної ситуації в окресленій царині має функціонування в закладах освіти української мови як державної та російської як мови неформального спілкування великої кількості учасників навчального процесу. Таку конфігурацію мовної ситуації у сфері освіти в незалежній Україні визначають кілька чинників.

Перший чинник – це загальнодержавна мовна ситуація, успадкована від імперської та радянської епох. Формальна зміна статусу шкіл після проголошення незалежності України лише посилила успадковану від СРСР деформацію, адже система освіти в СРСР була дієвим механізмом офіційної мовної політики, яка на українських теренах мала на меті цілковите зросійщення й асиміляцію українців. Попри офіційність державного статусу української мови в освіті в незалежній Україні й переконливе формальне домінування (статистичні показники кількості шкіл та класів з українською мовою навчання та кількості учнів, які на підставі цих показників отримують освіту українською мовою) для мовної ситуації в освіті і сьогодні характерна нерівномірність за регіонами та деформація за лінією “місто – село”, що дає підстави для висновку про невідповідність декларацій і реального стану застосування державної української мови в шкільній освіті.

Другий чинник – аморфність державної мовної політики, виявом чого була цілковита відірваність її заходів упродовж десятиліть від реальної мовної ситуації в освіті: ці заходи зводилися здебільшого до декларування загальних принципів забезпечення мовних прав, проте не мали на меті впливати на мовну поведінку мешканців великих міст, стереотипи якої сформувалися кілька поколінь тому (Тараненко, 2009). Тож попри декларації і гасла, ініційовані владою заходи з розширення функціонування української мови у сфері освіти за роки незалежності не зменшили масштабів зросійщення, а в деяких сферах суспільного життя, як наголошує Л. Масенко, негативні процеси ще й посилюються (Масенко, 2016). На підставі зазначеного соціолінгвісти роблять висновок про неефективність державної мовної політики загалом і системи мовної освіти зокрема. Прикметою українського мовного буття є й та обставина, що експертне середовище, зокрема мовознавці, до кола наукових інтересів яких належать проблеми функціонування мови в суспільстві та аналіз мовної політики, майже впродовж усієї історії незалежної України перебували у своєрідній опозиції до державних органів, відповідальних за мовне регулювання. Має прихильників думка, що невизначеність мовної політики незалежної України зумовлена тим, що стратегічну мету державного розвитку олігархічно-владна верхівка завжди приховувала від суспільства, що з усією очевидністю відкрилося у 2013–2014 рр. у зв'язку з російською агресією. Це дає підстави говорити про причини замовчування реальних мовних проблем і фактичного продовження політики зросійщення України методами “добровільної відмови”, започаткованими в СРСР в 70-ті роки минулого століття (Марусик, 2017).

І, нарешті, третій чинник – це посттоталітарний характер системи освіти в Україні, що зумовлює, з одного боку, її формалізм, відірваність від потреб учнів і батьків, а з іншого боку – закритість, традиційність, слабку здатність до оновлення, що спричиняє колективний опір освітньої бюрократії формальним заходам мовної політики, які суперечать звичкам і стереотипам цієї бюрократії.

Вплив цих чинників не був однаковим упродовж історії незалежної України. Зокрема, у перші роки йшлося про ширше використання української мови в освіті відповідно до статусу державної, який було проголошено в 1989 р. законом “Про мови в Українській РСР”, що виявлялося передусім у збільшенні кількості шкіл та класів з українською мовою навчання відповідно до статистичної кількості українців у державі, адже в 1991 р. українською мовою

в Україні навчалася тільки 49,3 % учнів¹ (до 2005 ця кількість зросла до 77 %, а сьогодні становить 89,7 %). Але оскільки зміна мови навчального процесу в багатьох випадках була формальною і не призводила до змін викладацького складу в навчальних закладах, не поширювалася вона й на позаурочні заходи, то часто виявлялася в суто формальному вживанні мови на уроці та в тих підручниках, якими користувалися учні: якщо до переведення школи або класу на українську мову навчання діти користувалися підручниками російською мовою, то зі зміною мови викладання стали користуватися підручниками українською мовою*. Що ж до вчителів, то зміна мови навчання в конкретній школі цілковито залежала від їхньої здатності викладати предмет українською мовою. Тому реальна українізація загальноосвітніх навчальних закладів природно відбувалася в українськомовних регіонах та населених пунктах, де українська була більш поширеною в повсякденні, – містечках і селах. Що ж до Сходу та Півдня, то в цих регіонах учителі-предметники часто продовжували викладати матеріал російською мовою або користувалися українською на дуже низькому рівні, удаючись до мовного змішування чи постійного перемикування кодів. Типовим є приклад уроку зарубіжної літератури в 5-му класі, який довелося спостерігати в київській школі на початку 2000 р.: учителька постійно зверталася до дітей російською мовою, переходячи на українську тільки для фіксації етапів уроку або певних форм роботи, пор.: рос. *“Итак, начнем урок”, “Будьте внимательны”, “Это очень интересная тема”, “Вы любите читать сказки?”, “Запишите в тетрадях дату”, “Не выкрикиваем с места, когда есть, что сказать, поднимаем руку”*; укр. *“Тема уроку – Міфи народів світу”, “Прочитаємо в підручнику”, “Віповідаємо на запитання до тексту”*. Про незбіжність висновків на підставі офіційної статистики про функціонування української мови в школах і спостережень реального мовного середовища свідчить і такий приклад: *“Перевела дітей (7-й клас) через зміну місця проживання в іншу гімназію. Заклад спеціально шукала, щоб була гімназія, бо діти до цього навчалися в українськомовній гімназії. Гімназія заявлена як українськомовна (поряд є і російськомовна школа), тому зупинили вибір на цій гімназії. Великим здивуванням було те, що вчителі уроків фізики, хімії та біології пояснювали тему російською мовою (підручники – українською).*

До слова, усі діти в класі розмовляють теж російською, що не дивно, адже це Дніпро. Та й наші попередні однокласники теж спілкувалися російською. Але тут не лише спілкування, а й подання інформації вчителем було російським. Діти мої сказали про це класній керівниці. Вона пообіцяла з’ясувати і розв’язати цю ситуацію. Наступні уроки біології та хімії були українською. А от фізика лишилася без змін ...” (Із допису матері школярів з Дніпра в мережі Фейсбук).

Варто наголосити, що якихось заохочень для вчителів або механізмів контролю за ними в дотриманні мовного режиму в Україні ніколи не було, що й дає підстави говорити про формальність заходів з українізації освіти. Саме тому реальний стан мовного середовища навчальних закладів залежить від мовної ситуації в регіоні, віддзеркалюючи її.

Упродовж перших десяти років незалежності вживання української і російської мов у навчальних закладах у російськомовних регіонах стереотипізувалося такою мірою, що призвело до стійкого розподілу мов за сферами вживання: українську (кращої або гіршої якості) вживали на уроках, а російську – у неформальному спілкуванні на перервах та в позаурочних заходах, пор.: 1) *“Катастрофічну ситуацію маємо в київських школах... Таке враження, що українська мова в закладах середньої освіти – це така собі гра, у яку прийнятло бавитися під час уроків. На перервах і школярі, і вчителі спілкуються російською, а показове смикання – “якою мовою ти говориш, в якій школі навчаєшся?” – не більше, як непотрібний ритуал, що всім набрид”* (Юлія Кропив’янська, “Мовна ситуація Києва”, 2008 р.) (Масенко, 2010, с. 200); 2) *“Після сьомого класу я вступила до Полтавського міського ліцею – найпрестижнішої, як вважалося, школи міста. Офіційно це був цілком український заклад: тут навіть не було уроків російської*

мови. Проте “мовою міжнаціонального спілкування” (мало не в прямому значенні – адже в ліцеї навчалися і вірмени, і росіяни, і представники інших національностей) була російська, якою на перервах спілкувалися майже всі. Виняток становили тільки учні з приміської зони, які говорили переважно суржиком. Узагалі в полтавських школах і вчителі (крім тих, що викладають українську мову чи літературу) часто в позакласному спілкуванні, а то й на уроках, переходять на російську. Навіть у де-юре українському ліцеї деякі предмети в нас читали російською (з волі вчителів, бо їм було, як вони казали, важко говорити українською). В інших школах у “найпрестижніших”, найуспішніших класах учні між собою спілкуються винятково російською” (Ольга Цимбал, “Мовна ситуація в Полтаві”, 2008 р.) (Масенко, 2010, с. 210); 3) “Він [батько] повідомив, що його україномовна дитина відчувається іноземцем у школі з українською мовою навчання... бо усі навколо – і діти, і вчителі – говорять у позаурочний час російською, більше того, коли є вибір: чи піти в планетарій на російськомовну програму (є там чомусь така) чи на українськомовну – викладачі, які організують такі походи завжди зупиняються на російськомовній. У результаті, дитина каже, що було цікаво, але деяких слів вона не зрозуміла, бо програма була іноземною мовою” (Івахнюк, 2017).

Окремо варто наголосити на тій ролі, яку для розвитку мовної ситуації в шкільній освіті відіграв посттоталітарний характер останньої. Залишкові явища тоталітарної педагогіки сприяли утвердженню в школах подвійних стандартів, нещирості учасників навчального процесу, несприйнятті формальних правил школярами-підлітками. Показовою у зв'язку з цим є заувага одного з учнів Українського гуманітарного ліцею (навчального закладу, створеного під егідою Київського національного університету імені Тараса Шевченка), відомого жорстким дотриманням мовного режиму. Так от у стінах цього закладу серед учнів також поширена двомовна поведінка – як заперечення аж надто суворих, з одного боку, і формальних з іншого шкільних правил.

Наведені приклади – це типові вияви мовної ситуації в українській шкільній освіті, які, щоправда, залишаються не обрахованими офіційною статистикою, основним критерієм якої є кількість учнів, залучених до навчання українською мовою. Саме тому масове соціолінгвістичне дослідження, яке мало на меті з'ясувати реальну мовну ситуацію в Україні, передбачало й низку запитань, які стосувалися функціонування української мови в загальноосвітніх навчальних закладах. Мета пропонованої статті – проаналізувати ці запитання, а також розкрити загальні напрями аналізу отриманих даних.

Опитування, здійснене в межах Проекту № 62700395 Фонду Фольксваген “Бі-та мультлінгвізм: між інтенсифікацією та розв'язанням конфлікту. Етнолінгвістичні конфлікти, мовна політика і контактні ситуації в пострадянських Україні і Росії”, проведене з 2 по 10 лютого 2017 р. в 24 територіально-адміністративних одиницях України та в м. Києві методом індивідуального інтерв'ю “віч-на-віч” за місцем проживання респондента. У дослідженні брали участь 2007 респондентів, з них 905 – чоловіки (45,1% від загального числа опитаних), 1102 – жінки (54,9% від загального числа опитаних). В опитуванні пропорційно представлені всі регіони України, крім Криму, та територій, не контрольованих українською владою, у Донецькій та Луганській областях. Під час дослідження для забезпечення репрезентативності отриманих даних було проведено інтерв'ю серед усіх вікових груп у структурі загального населення України. Варто наголосити, що представники двох вікових груп – 18 – 29 р. (10,5% від загальної кількості інформантів) і 30 – 39 р. (9,4%) – це ті учасники, які завершували чи отримували загальну середню освіту вже в незалежній Україні, тож їхні відповіді стосовно мовної ситуації в загальноосвітніх навчальних закладах ґрунтуються на власному досвіді.

Опрацювання результатів дослідження передбачало аналіз у регіональному вимірі. Задля релевантності порівняння з результатами попереднього опитування (за програмою INTAS) збережено розподіл областей на 5 регіонів, а саме: Захід (Волинська, Рівненська, Львівська,

Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька, Закарпатська області); Центр (Вінницька, Хмельницька, Кіровоградська, Черкаська, Полтавська області); Північ (Київська, Чернігівська, Житомирська, Сумська області, м. Київ); Схід (Дніпропетровська, Харківська, Запорізька, Донецька, Луганська області); Південь (Миколаївська, Одеська, Херсонська області). Щоправда, через утрату частини Донецької і Луганської областей та Криму не надаються для порівняння Схід і Південь. Тому порівнювали тільки Захід, Центр та Північ.

Дослідження передбачало також проведення бесід у фокус-групах – по дві з респондентами різних вікових категорій (молодша, 18 – 39 р., і старша, 40 – 60+ р.) у чотирьох містах: Києві, Львові, Харкові та Одесі.

Збір даних щодо функціонування української та інших мов у загальноосвітніх навчальних закладах здійснено у двох аспектах: реальної мовної ситуації (сприймання мовного середовища, його оцінка респондентами) та її бажаного розвитку, тобто в аспекті мовної політики у сфері освіти.

Мовної ситуації у сфері освіти загалом стосувалося десять запитань анкети. Запитання А5 *Скільки людей, на Вашу думку, розмовляє українською мовою в населеному пункті, де Ви мешкаєте, у школах?* (варіанти відповіді: *майже ніхто, значно менше половини, близько половини, значно більше половини, майже всі, важко відповісти*) давало можливість з'ясувати, з одного боку, які сфери функціонування мови, за оцінками респондентів, є найбільшою мірою українізованими, а з іншого – якою мірою середовище шкіл, яке має слугувати основним каналом зміцнення позицій української мови як державної, слугує інструментом мовної політики. Оскільки серед сфер функціонування мови в цьому запитанні, окрім офіційних (державні заклади, загальноосвітні школи, заклади вищої освіти) наведено й сфери неофіційної комунікації (формальної – транспорт, сфера послуг, незнайомі співрозмовники; неформальна – друзі, родина), то отримані результати дали змогу простежити зміни в мовній поведінці респондентів залежно від сфери комунікації. Порівняння відповідей на це запитання в регіональному вимірі увиразнило неоднорідність мовної ситуації в шкільній освіті за регіонами, а аналіз відповідей мешканців різних за чисельністю населених пунктів дав змогу простежити тенденції в подоланні нерівномірності мовного розвитку в державі за лінією “місто – село”.

Одне із запитань у групі F4 – *Якою мовою Ви одержали середню освіту* (варіанти відповіді: *переважно українською, українською і російською, переважно російською, важко відповісти*) – дає можливість отримати інформацію про мовну ситуацію у сфері освіти в Україні впродовж років незалежності на підставі відповідей респондентів наймолодшої вікової групи (18–29 р.) і з певними застереженнями – групи 30 – 39 р. (респонденти цієї групи, якщо не цілком навчалися в українській школі, то принаймні закінчували її).

Решта запитань стосувалися мовної ситуації в освіті крізь призму можливих заходів держави в цій царині. Респондентам, зокрема, було запропоновано кілька запитань, які стосуються заходів мовної політики у сфері освіти, а саме: В4 – *Як Ви вважаєте, чи обов'язковим є викладання державною мовою в усіх державних закладах освіти?* (варіанти відповіді – *так, скоріше так, скоріше ні, ні, важко відповісти*); В6 – *Чи повинні викладачі (вчителі) спілкуватися державною мовою під час всього навчального процесу (не тільки на лекціях чи уроках) в державних закладах освіти?* (варіанти відповіді – *так, скоріше так, скоріше ні, ні, важко відповісти*); В5 – *Чи обов'язково в загальноосвітній школі вивчати як окремі дисципліни українську, російську, англійську чи іншу іноземну мови?* (варіанти відповідей для кожної мови – *так, ні, важко відповісти*); у групі запитань F4 запитання *Якою мовою Ви хотіли б, щоб Ваші діти (майбутні діти) навчалися?* (варіанти відповіді: *переважно українською, українською і російською, переважно російською, важко відповісти*); В9 – *Як би Ви поставилися до законодавчого закріплення таких положень щодо функціонування української мови як державної?* (серед варіантів відповідей є твердження “Усі держслужбовці, керівники навчальних та медичних

закладів зобов'язані вільно володіти українською мовою") (варіанти відповіді – *позитивно, скоріше позитивно, скоріше негативно, негативно, важко відповісти*); B11 – *На Вашу думку, державна політика в мовній сфері має перш за все сприяти поширенню української мови в усіх сферах, розв'язати питання щодо статусу російської мови, забезпечити реалізацію прав національних меншин у мовній сфері?*; B14 – *Як Ви вважаєте, чи повинна російська мова мати на законодавчому рівні якісь переваги порівняно з мовами інших національних меншин, які мешкають на території України?* (варіанти відповідей – *так, ні, важко відповісти*).

Державної мовної політики у сфері освіти стосується також запитання B7 – *Як Ви вважаєте, чи потрібно запровадити іспит (атестацію) з української мови для всіх держслужбовців, для отримання громадянства України* (варіанти відповідей для кожного варіанта – *так, ні, важко відповісти*), адже якщо держава вдається до такого заходу, то має бути передбачена система, яка дає змогу кожному громадянину належно підготуватися до іспиту.

Утім, робити висновки про динаміку мовної ситуації у сфері освіти на підставі масового опитування можна тільки за умови порівняння його результатів із результатами інших досліджень, проведених за тією самою методикою. Уже йшлося про те, що дані нашого опитування надаються для порівняння з опитуванням, проведеним 2006 р. за програмою INTAS, у якому було поставлено запитання 1. *Скільки людей, на Вашу думку, розмовляє українською мовою в населеному пункті, де Ви мешкаєте, у школах?* (варіанти відповіді: *майже ніхто, значно менше половини, близько половини, значно більше половини, майже всі, важко відповісти*); 2. *Як Ви вважаєте, чи обов'язковим є викладання державною мовою в усіх державних закладах освіти?* (варіанти відповіді – *так, скоріше так, скоріше ні, ні, важко відповісти*); 3. *Чи повинні викладачі (вчителі) спілкуватися державною мовою під час всього навчального процесу (не тільки на лекціях чи уроках) в державних закладах освіти?* (варіанти відповіді – *так, скоріше так, скоріше ні, ні, важко відповісти*); 4. *Чи обов'язково в загальноосвітній школі вивчати як окремі дисципліни українську, російську, англійську чи іншу іноземну мови?* (варіанти відповідей для кожної мови – *так, ні, важко відповісти*); 5. *Як Ви вважаєте, чи потрібно запровадити іспит (атестацію) з української мови для всіх держслужбовців* (варіанти відповідей – *так, ні, важко відповісти*) (Мовна політика та мовна ситуація в Україні, 2008).

Однакова методика, закладена в обох опитуваннях, дає змогу простежити залежність оцінки мовного середовища загальноосвітніх закладів від мовної ситуації в регіонах і від мовних преференцій інформантів, виявити зміни в настановах мовців щодо бажаних перспектив мовної освіти та заходів мовної політики в царині шкільної освіти, пов'язати оцінку мовного середовища шкіл респондентами зі змінами стереотипів суспільної свідомості, динамікою в питаннях престижу мов, коливаннями в оцінці заходів гуманітарного напрямку внутрішньої політики, соціально-політичною ситуацією в країні тощо.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Отже, масове опитування слугує надійним методом діагностування мовної ситуації в українській шкільній освіті, оскільки дає змогу простежити тенденції в різних сферах функціонування мови в масштабах усієї держави й пов'язати кількісні параметри мовної ситуації з якісними та оцінними. Саме масове опитування уможливило об'єктивний аналіз деформацій мовної ситуації в Україні, успадкованих від радянської епохи. Таке дослідження пояснює, чому, попри високий ступінь формальної українізації (89,7 % школярів навчаються українською мовою), система шкільної освіти не поклала край зросійщенню української молоді і не стала ефективним засобом зміцнення комунікативної потужності української мови. Результати, отримані на підставі аналізу даних масового опитування, є об'єктивними й достовірними, тож можуть слугувати надійним підґрунтям для випрацювання рекомендацій з гармонізації мовної ситуації в царині, найбільшою мірою орієнтованій на майбутнє.

Примітки:

¹ Частка учнів у школах України, що навчаються українською // http://statistika.in.ua/mova2001/ukrainska_v_shkolah#

*Через хронічне запізнення із друком підручників на державне замовлення, недофінансування в деякі роки для українських шкіл є типовою ситуація, коли діти не отримують нових підручників до жовтня – листопада, а часом і грудня поточного навчального року. За таких умов учителі користуються книжками з фонду шкільних бібліотек. Тож якщо школа мала статус навчального закладу з російською мовою викладання, то в її бібліотеці зберігаються тільки відповідні підручники.

ЛІТЕРАТУРА

Івахнюк, О. (2017). У київській школі № 78 до української мови ставляться як до чогось неприємного і в житті непотрібного. Взято з http://novostiua.org/news/218147-ukrajinsjkij_shkoli_78_do_ukrajinskoji_movi_stavljatsja_jak_do_chogosj_neprijemnog_o_i_v_hitti_nepotribnog_o.

Марусик, Т. (2017). Гібридна мовна політика України: між громадським вовком-санітаром і страусом-владою. Взято з <https://www.radiosvoboda.org/a/28892391.html>.

Масенко, Л. Т. (2010). *Нариси з соціолінгвістики*. Київ: Вид. Дім “Києво-Могилянська академія”.

Масенко, Л. Т. (2016). *Мовна політика України. Антиукраїнський закон досі чинний*. Взято з <https://www.radiosvoboda.org/a/28025654.html>.

Мовна політика та мовна ситуація в Україні: аналіз і рекомендації. (2008). Київ: Вид. Дім “Києво-Могилянська академія”.

Тараненко, О. О. (2009). Український і російський мовно-культурні вектори в сучасній Україні: реальність, політизація, міфи. *Мовознавство*, 2, 3-33.

REFERENCES

Ivakhniuk, O. (2017). U kyivs'kij shkoli № 78 do ukrains'koi movy stavliat'sia iak do chohos' nepryiemnoho i v zhytti nepotribnoho. Vziato z http://novostiua.org/news/218147-u_kiivsjkij_shkoli_78_do_ukrainskoji_movi_stavliat'sia_iak_do_chogosj_neprijemnog_o_i_v_hitti_nepotribnog_o.

Marusyk, T. (2017). Hibrydna movna polityka Ukrainy: mizh hromads'kym vovkom-sanitarom i strausom-vladoiu. Vziato z <https://www.radiosvoboda.org/a/28892391.html>.

Masenko, L. T. (2010). *Narysy z sotsiolinhvistyky*. Kyiv: Vyd. Dim “Kyievo-Mohylians'ka akademiia”.

Masenko, L. T. (2016). *Movna polityka Ukrainy. Antyukrains'kyj zakon dosi chynnyj*. Vziato z <https://www.radiosvoboda.org/a/28025654.html>.

Movna polityka ta movna sytuatsiia v Ukraini: analiz i rekomendatsii. (2008). Kyiv: Vyd. Dim “Kyievo-Mohylians'ka akademiia”.

Taranenko, O. O. (2009). *Ukrains'kyj i rosij's'kyj movno-kul'turni vektory v suchasnij Ukraini: real'nist', polityzatsiia, mify*. *Movoznavstvo*, 2, 3-33.

Дата надходження до редакції 23.03.2018 р.

Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

УДК 81'25

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ КРІЗЬ ПРИЗМУ СКОПОС-ТЕОРІЇ

ЛАЛАЯН Н. С.

кандидат філологічних наук, доцент
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка
natalija2606@rambler.ru

У статті проаналізовано проблеми перекладу крізь призму однієї із фундаментальних концепцій перекладознавства – теорії скопосу. Висвітлено основні положення праць представників скопос-теорії: К. Райс, Г. Фермеєра, К. Норд, Ю. Хольц-Мянттярі. З'ясовано ключові поняття скопос-теорії, що безпосередньо стосуються процесу перекладу: “функціональна точність”, “лояльність”, “відповідність”, “види перекладу”, “позатекстові та внутрішньотекстові чинники”, “завдання перекладу”, “проблеми перекладу”. Наголошено на важливості теорії скопосу для сучасного перекладознавства. Взято до уваги зауваження критиків цієї теорії: Г. Вітте, Е. Прунча, Р. Штольце, А. Келлетата.

Ключові слова: скопос-теорія, перекладацька діяльність, проблеми перекладу, функціональна точність, лояльність, завдання перекладу, види перекладу.

TRANSLATION PROBLEMS IN THE LIGHT OF SKOPOS THEORY

LALAIAN Nataliia Stepanivna
PhD, Associate Professor,
Taras Shevchenko Kiev National University
natalija2606@rambler.ru

Introduction. There are many theories of translation study. The Skopos theory is a new branch, which can explain and instruct many translation activities. It was established by the German linguists H. Vermeer and K. Reib, who comprised the idea that translating and interpreting should primarily take into account the function of the target text. This function is specified by the addressee. This theory is based on the functional approach, whose aim is to dethrone the source text (ST). This is done by emphasizing the role of the translator as a creator of the target text (TT) and giving priority to purpose of producing TT.

Purpose. The paper aims at analysis of such basic concepts of the Skopos theory as “functional principle”, “loyalty principle”, “coherence”, “translation types”, “intratextual and non-textual factors”, “translation brief”, “translation problems”.

Methods. The research is grounded on the following methods: the descriptive method, deductive and inductive methods, the method of generalization and grammatical transformations.

Results. According to Skopos theory, the prime principle determining any translation process is the purpose of the overall translational action. The basic underlying “rules” of the theory are the following: the brief translation, a term suggested by Skopos theory, a trunslatum (or TT) is determined by its Skopos; a TT is an offer of information in a target culture and TL (target language) concerning an offer of information in a source culture and SL (source language); a TT does not initiate an offer of information in a clearly reversible way; a TT must be internally coherent; a TT must be coherent with the ST. There are also some criticisms of Skopos theory

by other scholars. These include: not all actions have an intention; not every translation can be interpreted as purposeful, having such a purpose would limit the possible translation procedures and thus the interpretations of the TT; what is to be a “general” theory is in fact that only valid for nonliterary texts

Conclusion. Skopos theory claims to be general or universal model of translation. The main idea of skopos theory could be paraphrased as the translation purpose justifies the translation procedures. Like any other theories, Skopos theory is also not perfect, but its knowledge is a essential component of the translators background knowledge.

Key words: Skopos theory, translation activities, translation problems, function principle, loyalty principle, translation brief, translation types.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв’язання. Одним із головних завдань сучасної лінгвістичної теорії перекладу є опис процесу перекладу, тобто конкретних дій, які перекладач виконує в ході аналізу тексту оригіналу (ТО) та створення тексту перекладу (ТП). Процес перекладу складається щонайменше з двох етапів: сприйняття інформації та її синтезу (перекладу). Таким чином здійснюється перехід від ТО до ТП. Теорія перекладу намагається з’ясувати, яким чином відбувається перехід від оригіналу до ТП та які закономірності лежать в основі дій перекладача. Результатом цього є різні моделі – гіпотетичні абстрактні схеми процесу перекладу, метою яких є спроба знайти пояснення перетворенню змісту, вираженого засобами однієї мови, на відповідний зміст, виражений засобами іншої мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом перекладознавство активно розвивається, залучаючи до свого змісту відомості інших наук, зокрема лінгвістики, соціології, психології та психолінгвістики, що сприяє появі нових перекладознавчих теорій. Вивчення теоретичних та практичних проблем сучасного перекладознавства розширює та доповнює наявні концепції та методи дослідження, особливе місце серед яких посідають різні моделі та теорії перекладу, які пояснюють сутність перекладацького процесу. Дослідженню моделей перекладу та окремим аспектам їхнього застосування присвячено праці багатьох вітчизняних та закордонних дослідників, зокрема В. Комісарова, Я. Рецкера, В. Коптілова, Л. Бархударова, В. Виноградова, Дж. Кетфорда та інших.

Проблемами перекладу у світлі функціональної моделі та теорії скопосу зокрема займалися Ш. Вальтер, Ю. Хольц-Мянтярї, М. Самков, Д. Кагре, Н. Гладуш, Г. Тащенко та інші дослідники. Однак основні поняття скопос-теорії потребують, на нашу думку, докладнішого аналізу

Актуальність нашого дослідження зумовлена посиленням уваги лінгвістів до вивчення процесу перекладу, зіставлення ТО і ТП з метою встановлення лексичних, граматичних і текстових відповідників, а також визначення перекладацьких закономірностей, тактик та прийомів, ефективних у передаванні змісту оригіналу. Водночас увагу сучасних дослідників привертає проблема моделювання перекладу, тобто застосування теоретичних моделей для пояснення сутності перекладацького процесу, а також порівняльного аналізу його результатів – виконаних перекладів – з метою пошуку ефективних методів навчання перекладацької діяльності.

Метою пропонованого дослідження є розгляд та критичний аналіз ключових понять скопос-теорії, що безпосередньо стосуються перекладацької діяльності.

Виклад основного матеріалу. Скопос-теорія (грец. *skopos* – мета, ціль) – одна із фундаментальних концепцій перекладознавства, заснована на принципах функціоналізму та започаткована у 1970-х роках у Німеччині. Виникнення цього напрямку відображало загальне зміщення уваги вчених з суто лінгвістичних теорій перекладу до теорій, орієнтованих на функціональні та соціокультурні аспекти. Теорію скопосу пов’язують з іменами Катарини Райс та Ганса Фермеєра. Кваліфікуючи переклад як особливу форму діяльності людини, як основне правило теорії перекладу дослідники пропонують “правило скопосу”: будь-яка взаємодія між людьми визначається її метою (Reiß, Vermeer, 1984, с. 101). Переклад при цьому

постає як продукування цільового тексту, що виконує ті самі функції, що й текст оригіналу, і залежить від скопосу трансляту (*Translatskopos*), отже від функцій тексту перекладу. Відповідно до цього, переклад не може інтерпретувати як суто мовну заміну та репродуктивну діяльність, а як комунікативну дію між представниками різних культурних спільнот (Nord, 2009, с. 30). Оцінку якості тексту перекладу визначає сам реципієнт, заздалегідь позначивши критерії, яким даний текст, на його думку, повинен відповідати.

Представницею скопос-теорії нового покоління вважають німецьку дослідницю К. Норд, яка сформулювала модель функціонального перекладу, що є доповненням до скопос-теорії К. Райса та Г. Фермеєра. Головним критерієм, що відрізняє теорію функціонального перекладу К. Норд від скопос-теорії, є те, що дослідниця вводить у своїй праці “*Funktionsgerechtigkeit und Loyalität: Theorie, Methode und Didaktik des funktionalen Übersetzens*” (Nord, 2010) нові поняття: “**функціональна точність**” (*Funktionsgerechtigkeit*) та “**лояльність**” (*Loyalität*).

Принцип “**функціональної точності**” є для К. Норд вищою метою перекладу. “Функціональна точність” зорієнтована переважно на завдання перекладу, оскільки воно визначає мету перекладу. “Переклад здійснюється кожного разу для певної ситуації з детермінуючими її чинниками (аудиторія, час і місце, у яких текст буде сприйнятий, тощо), у якій текст повинен виконувати певну функцію. Якщо транслят дійсно виконує цю функцію, його можна вважати “функціонально точним”. Цільова аудиторія та замовник очікують, що перекладач створить “функціонально точний” транслят (*тут і далі переклад наш – Н.Л.*) (Reiß, Vermeer, 1984 с. 18). При цьому відношення ТО та ТП стає другорядним. Вибір перекладацької стратегії та відношення між двома текстами буде визначатися інтенцією перекладу. Це означає, що немає ідеальної, “найкращої” стратегії перекладу. У кожному конкретному випадку перекладач визначає, яка стратегія перекладу найкраще сприятиме досягненню поставленої мети.

Поняття “**лояльності**” К. Норд уживає стосовно учасників процесу комунікації: замовника, реципієнта, автора ТО. Перекладач має бути вірним своїм читачам та враховувати ситуацію, у якій вони перебувають, їхні очікування, запити тощо. Відносно автора ТО лояльність означає, що переклад не повинен суперечити авторським інтенціям, тобто відповідати авторському задуму. К. Норд зауважує: “будучи звичайними читачами без спеціальних знань у галузі теорії перекладу, ми очікуємо, що переклад відтворить інтенцію автора “так само”, як і оригінал. Відповідальність перекладача полягає в тому, щоб свідомо не вводити в оману учасників процесу комунікації (замовника, реципієнта та автора ТО)” (Nord, 1993, с. 17). Таким чином, перекладач несе відповідальність перед усіма учасниками комунікації. Умовою дотримання принципу лояльності є **відповідність** (*Kompatibilität*) між функціями ТП та функціями ТО. Якщо одна чи кілька функцій цільового тексту не відповідають або суперечать функціям вихідного тексту та інтенції автора, то такий текст не є перекладом.

Перекладацька діяльність складається з кількох послідовних етапів. Першим кроком діяльності перекладача є аналіз та інтерпретація **мети** та **завдання перекладу** (*Übersetzungsauftrag*): чому здійснюється переклад, якими є потреби замовника, коли і де буде використовуватися ТП, хто є адресатом ТП, які фонові знання має адресат перекладу з теми тексту тощо. Таким чином визначається функція ТП, і перекладач може оцінити, чи володіє він достатнім часом та компетенціями для виконання замовлення.

Наступним кроком є прийняття рішення щодо **виду перекладу**. К. Норд розрізняє два основних види перекладу: **документальний** (ТО “документується” для реципієнта; переклад передає його властивості; читач виступає “спостерігачем”, він знає, що текст був перекладений) та **інструментальний** (переклад слугує “інструментом” для виконання певних функцій у цільовій культурі; при цьому читач не знає, що текст перекладений). Документальний переклад поділяється на *підрядний, буквальний, філологічний та “очужений”*. Останній, створений

із застосуванням перекладацької стратегії “очуження”, зберігає дистанцію між світом ТО і читачем, що живе в іншому світі. До цього типу належить художній переклад. У межах *інструментального* перекладу К. Норд виділяє *еквіфункціональний, гетерофункціональний і гомологічний* переклади, залежно від того, чи збігаються функції перекладу та оригіналу у вихідній та цільовій культурах. У випадку, коли ТО і ТП мають одну функціональну спрямованість, переклад може вважатися еквіфункціональним. Якщо функції текстів відрізняються, ідеться про гетерофункціональний тип перекладу. При виконанні гомологічного перекладу обирається форма, що відіграє в мові перекладу роль, схожу на ту, яку має у вихідній культурі форма ТО.

Подальшим завданням є **аналіз ТО**, пошук відповідних текстів у мові перекладу, консультації з експертами, носіями мови тощо. Користуючись моделлю комунікації Гарольда Лассвела (*Lasswell-Formel*), яку розширила К. Райс, та видозмінивши її, К. Норд формулює питання (*w-Fragen*) для визначення **позатекстових та внутрішньотекстових чинників**. До позатекстових чинників належать питання: *хто?* (відправник, автор); *з якою метою повідомляє?* (інтенція); *кому?* (отримувач); *по якому каналу?* (канал передачі); *де?* (місце); *коли?* (час); *чому?* (привід); *з якою функцією?* (функція тексту) передає текст. Внутрішньотекстові чинники визначаються питаннями: *про що він повідомляє?* (тема); *що повідомляє?* (інформація); *що ні?* (пресупозиція); *у якій послідовності?* (макроструктура); *з використанням яких невербальних елементів? якими словами?* (лексика); *якими реченнями?* (синтаксис); *яким тоном?* (супрасегментні особливості); *з яким впливом?* (Nord, 2010b, с. 73-80; Nord, 1992, с. 43).

Проаналізувавши ТО та зважаючи на завдання перекладу, перекладач може отримати уявлення про можливі **проблеми та труднощі** при перекладі та розробити відповідну стратегію перекладу. Труднощі є для К.Норд суб'єктивними; це проблемні місця, пов'язані з недостатньою компетенцією перекладача, відсутністю в нього досвіду чи нестачею знань. З набуттям перекладачем досвіду ці перекладацькі труднощі можуть з часом зменшуватися. Щодо перекладацьких проблем, то, за К. Норд, вони залежать не від компетенції перекладача, а від інших чинників, які дослідниця зводить до чотирьох груп: 1) **прагматичні перекладацькі проблеми** (*pragmatische Übersetzungsprobleme*) – виникають через відмінності в комунікативних ситуаціях вихідної та цільової мов (напр., часові зв'язки) (Nord, 2010b, с. 91). Вони виявляються в позатекстових чинниках та “спостерігаються в кожному перекладацькому завданні” (Nord, 2009, с. 177). Прагматичні проблеми пов'язані, передусім, з різними комунікативними ситуаціями, а саме з комунікативною ситуацією ТО та комунікативною ситуацією ТП, оскільки мають місце два акти комунікації – акт породження ТО та акт породження ТП. До прагматичних проблем перекладу належать також переклад дійсних маркерів місця, часу, учасників комунікації, переклад реалій, лінгвокультурних понять тощо; 2) **міжкультурні перекладацькі проблеми, зумовлені конвенціональними відмінностями** в традиціях, звичаях, формах звертання, розмірах, мірах тощо у вихідній та цільовій культурах (*konventionsbezogene / konventionsbedingte Übersetzungsprobleme*); 3) **суто лінгвальні перекладацькі проблеми, пов'язані з відмінностями двох мов** (*sprachenpaarbezogene Übersetzungsprobleme*) – виникають через відмінності синтаксичних та лексичних систем мов, а також проблеми перекладу діалектів, переклад метафор, риторичних фігур, неологізмів тощо; 4) **перекладацькі проблеми, зумовлені специфікою тексту** (*textspezifische Übersetzungsprobleme*) – конкретні проблеми, які не можливо узагальнити, оскільки вони з'являються в певних текстах (насамперед у художніх) та не належать до трьох вищезазначених груп. Вирішення таких проблем є контекстуально зумовленим. Отже, виходячи з поставленого завдання, перекладач обирає спосіб відтворення ТО з метою створення функціонально адекватного й комунікативно-прийнятного ТП. При цьому для оптимального досягнення мети при перекладі часто доводиться вносити більш чи менш серйозні або навіть радикальні зміни порівняно з первісними уявленнями “відправника” та його “вихідного

тексту”. Таким чином, основою дій перекладача є не ТО і не його транскодування в цільову мову, а мета комунікації з партнером – представником іншої культури. Саме вимогами цієї культури визначаються потреба, зміст та форма перекладу, і в кожному конкретному випадку перекладач повинен уміти правильно оцінити ці вимоги. К. Райс (Reiß, Vermeer, 1984) і Г. Фермеєр (Vermeer, 2000) дотримуються думки, що перенесення тексту в іншу культуру змінює сам текст. Перекладач повинен створити текст, який матиме сенс для читачів, увійде до комплексу вже наявних текстів цільової мови і співвідноситься із ситуацією, у якій перебуває читач, тобто ТП повинен бути інтертекстуально когерентним. У зв’язку з таким підходом змінюється зміст понять “еквівалентності” й “адекватності”. У межах теорії “скопос” увага концентрується не на еквівалентності, а на адекватності перекладу, на тому, щоб переклад відповідав вимогам нових реципієнтів та цільової культури. Теорія скопосу є комунікативною та функціональною, але вона не є теорією еквівалентності. Оскільки функції та реципієнти перекладу можуть суттєво відрізнитися від функцій та реципієнтів ТО, еквівалентність часто є неможливою. Так, наприклад, переклад політичного тексту, замість того, щоб агітувати та переконувати читача, може виконувати лише інформативну функцію та просто висвітлювати факти.

На думку перекладачки та педагога Ю. Хольц-Мянттярї, основні положення скопос-теорії такі: 1) тексти мають свою історію та співвідносяться з певними стилями, типами, жанрами; 2) бар’єри між культурами не зводяться лише до мовних; існування тексту, його зміст та форма визначаються особливостями культури, а не лише його стилістикою та граматикою; 3) ТП є рівноправними текстами; хоч вони й ґрунтуються на матеріалі ТО, вони повинні функціонувати незалежно від нього, оскільки призначені для іншого реципієнта та іншої культури (Holz-Manttari, 1996, с. 330).

Отже, досліджувана теорія ставить на перше місце стратегічний вибір самого творця перекладу, тобто перекладача, який діє відповідно до скопосу – мети, визначеної замовником перекладу, ним самим або цільовою аудиторією. Першочерговим завданням компетентного перекладача є чітке визначення перекладацького завдання, яке визначається потребами, цілями та очікуваннями замовника та реципієнта перекладу. Ці очікування детермінуються ситуацією, у якій текст сприймається, освітнім та культурним рівнем реципієнта, його знаннями про світ. Таким чином, скопос-теорія звертає увагу на діяльність перекладача з погляду практики перекладу в соціальному та професійному оточенні, яке раніше залишалося поза увагою.

Варто, проте, зауважити, що теорія К. Норд отримала не лише схвалення дослідників, але й критичні відгуки. Найсуттєвішими зауваженнями є такі: не кожна дія підпорядковується певній меті; не кожна перекладацька дія може розглядатися як така, що визначається певною інтенцією; перекладаючи ТО, перекладач не завжди керується конкретною метою, оскільки наявність такої мети обмежує його дії, скопос-теорія є незаперечною лише для нелітературних текстів (П. Ньюмарк, Ю. Хаус, В. Коллер та інші). Відомі й інші критичні зауваження. Так, німецька дослідниця Г. Вітте (Witte, 2007) ставить під сумнів уведення К. Норд поняття “лояльність” як етнічно-морального концепту в теорію перекладу. На її думку, такий концепт не поєднується із загальною теорією перекладу. Сама ж К. Норд орієнтується на дидактику перекладу, що передбачає навчання майбутніх перекладачів. Тому вона наголошує на важливості етичних норм у навчанні перекладачів. Для Вітте поняття “лояльності” не є доповненням до скопос-теорії, як це розуміє К. Норд, а “культурно-специфічною складовою умов для “функціональної точності” перекладу” (Witte, 2007, с. 158).

Австрійський фахівець у галузі перекладу Е. Прунч доповнює принцип “лояльностей” К. Норд (щодо автора ТО, ініціатора / замовника перекладу та реципієнта ТП) ще однією “лояльністю” – лояльністю перекладача до самого себе, яку він вважає найважливішою з усіх чотирьох “лояльностей” (Prunč, 2005, с. 193). Іншим проблемним моментом у теорії К. Норд є для Е. Прунча інтерпретація інтенції автора ТО. На його думку, кожна інтерпретація

перекладача є суто лише однією можливістю (Prunè, 2005, с. 193). Також сама К.Норд усвідомлює цю проблему та обмежує свою теорію, указуючи при цьому, що “вихідним пунктом для перекладу є (може бути) не інтенція автора ТО, а лише інтерпретація перекладача, до компетенції якого належить (також) аналіз ТО” (Nord, 2004, с. 243).

Р. Штольце вказує на те, що “теорія К.Норд містить мало конкретних вказівок для практичних аспектів перекладу” (Stolze, 2005, с. 202). Функціональна теорія К. Норд пов’язана з дидактикою перекладу, вона має слугувати суто основою для практичної діяльності, як, наприклад, перекладацької діяльності, пов’язаної з відмінностями двох мов чи специфікою видів текстів, і не може бути узагальненою для всіх можливих випадків.

А.Ф. Келлетат вважає, що скопос-теорія не лише не сприяє вирішенню проблем перекладу, але й є серйозним кроком назад у вивченні перекладацької діяльності, оскільки вона є антиісторичною, не має чітко сформульованого об’єкта і повертає до часів, коли перекладачі “імітували” ТО. На думку дослідника, К. Райс та Г. Фермеєр створили не теорію перекладу, а теорію “перетекстовки”, якою часто послуговуються перекладачі рекламних каталогів, проспектів, інструкцій для використання, ділової кореспонденції тощо (Kelletat, 2005, с. 298).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Скопос-теорія стала важливим внеском у, з одного боку, надто текстоцентричну, а з іншого, надто узагальнену теорію перекладу. Важливість цієї концепції зумовлена насамперед порушенням низки важливих питань, що потребують особливої уваги при перекладі, зокрема врахування потреб реципієнта, ролі комунікативної ситуації та “замовника” перекладу. Великою заслугою теорії “скопос” є також те, що вона привертає увагу до соціального складника діяльності перекладача, який раніше не враховували. Як і інші моделі та теорії перекладу, скопос-теорія не є бездоганною, має своїх прихильників та критиків, проте знання її змісту вважаємо необхідним компонентом фонових знань перекладача.

Перспективу досліджень убачаємо у вивченні впливу скопосу перекладу на мовну особистість перекладача.

ЛІТЕРАТУРА

- Holz-Manttari, J. (1996). Evolutionäre Translationstheorie. *Die Evolutionäre Erkenntnistheorie im Spiegel der Wissenschaften*. (S. 306-332). Wien.
- Kelletat, A. F. (2005). Eigennamen Text. *Handbuch. Translation*. (P. 297-298). Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH.
- Nord, Ch. (1992). Text Analysis in Translator Training. *Teaching Translation and Interpreting: Training, Talent and Experience*. (S. 39-48). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Nord, Ch. (1993). *Einführung in das funktionale Übersetzen. Am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen: Francke.
- Nord, Ch. (2004). Loyalität als ethisches Verhalten im Translationsprozess. *Und sie bewegt sich doch. Translationswissenschaft in Ost und West. Festschrift für Heidemarie Salevsky zum 60. Geburtstag*. (S. 235-245). Frankfurt am Main [u.a.]: Lang.
- Nord, Ch. (2009). *Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Tübingen: Groos.
- Nord, Ch. (2010a). *Funktionsgerechtigkeit und Loyalität: Theorie, Methode und Didaktik des funktionalen Übersetzens*. Berlin: Frank & Timme.
- Nord, Ch. (2010b). *Fertigkeit Übersetzen: ein Kurs zum Übersetzenlehren und -lernen*. Berlin: BDÜ.
- Prunč, E. (2005). *Einführung in die Translationswissenschaft*. Graz: Selbstverlag, Inst. f. Translationswissenschaft.
- Reiß, K., Vermeer, H. J. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Übersetzungstheorie*. Tübingen: Niemeyer.

- Stolze, R. (2005). *Übersetzungstheorien. Eine Einführung*. Tübingen: Narr.
- Vermeer, H. (2000). Skopos and commission in translational action. *The Translation studies reader* [edited by Lawrence Venuti]. (P.220-232). New York: Routledge.
- Witte, H. (2007). *Die Kulturkompetenz des Translators: Begriffliche Grundlegung und Didaktisierung*. Tübingen: Stauffenburg.

REFERENCES

- Holz-Manttari, J. (1996). Evolutionäre Translationstheorie. *Die Evolutionäre Erkenntnistheorie im Spiegel der Wissenschaften*. (S. 306-332). Wien.
- Kelletat, A. F. (2005). Eigennamen Text. *Handbuch. Translation*. (P. 297-298). Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH.
- Nord, Ch. (1992). Text Analysis in Translator Training. *Teaching Translation and Interpreting: Training, Talent and Experience*. (S. 39-48). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Nord, Ch. (1993). *Einführung in das funktionale Übersetzen. Am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen: Francke.
- Nord, Ch. (2004). Loyalität als ethisches Verhalten im Translationsprozess. *Und sie bewegt sich doch. Translationswissenschaft in Ost und West. Festschrift für Heidemarie Salevsky zum 60. Geburtstag*. (S. 235-245). Frankfurt am Main [u.a.]: Lang.
- Nord, Ch. (2009). *Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Tübingen: Groos.
- Nord, Ch. (2010a). *Funktionsgerechtigkeit und Loyalität: Theorie, Methode und Didaktik des funktionalen Übersetzens*. Berlin: Frank & Timme.
- Nord, Ch. (2010b). *Fertigkeit Übersetzen: ein Kurs zum Übersetzenlehren und -lernen*. Berlin: BDÜ.
- Prunč, E. (2005). *Einführung in die Translationswissenschaft*. Graz: Selbstverlag, Inst. f. Translationswissenschaft.
- Reiß, K., Vermeer, H. J. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Übersetzungstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
- Stolze, R. (2005). *Übersetzungstheorien. Eine Einführung*. Tübingen: Narr.
- Vermeer, H. (2000). Skopos and commission in translational action. *The Translation studies reader* [edited by Lawrence Venuti]. (P.220-232). New York: Routledge.
- Witte, H. (2007). *Die Kulturkompetenz des Translators: Begriffliche Grundlegung und Didaktisierung*. Tübingen: Stauffenburg.

Дата надходження до редакції 16.03.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

УДК 81'25 (045)

ПОМИЛКИ В АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ ПЕРЕКЛАДІ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ І ДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ

ТЕРЕЩЕНКО Л. Я.

кандидат філологічних наук
*Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*
tereshchenko_l@yahoo.com

У статті проаналізовано типові помилки, що стаються при перекладі аудіовізуальних текстів. Матеріалом дослідження послуговували випадки невдалого закадрового перекладу англomовних художніх та документальних серіалів, перекладених українською та російською мовами. З'ясовано лінгвальні та екстралінгвальні фактори, які, імовірно, впливали на вибір перекладача й зумовили виникнення помилок, зокрема: ігнорування історико-культурного контексту, стилістична і тематична нерелевантність, викривлення лексико-синтаксичних особливостей вихідного тексту тощо. Доведено необхідність застосування подібного аналізу в навчанні майбутніх перекладачів з метою надання їм адекватних інструментів подолання проблемних ситуацій під час перекладу фільмів іноземного виробництва.

Ключові слова: аудіовізуальний переклад, закадровий переклад, перекладацькі помилки, кінотекст.

MISTAKES IN AUDIOVISUAL TRANSLATION: LINGUISTIC AND DIDACTIC ASPECTS

TERESHCHENKO Liliia Yakivna
Candidate of Sciences (Philology), Assistant Professor
*Vinnytsia Trade and Economy Institute
Kyiv National Trade and Economy University*
tereshchenko_l@yahoo.com

Introduction: Mistakes in audiovisual translation are generally caused by a wide range of lingual and extralingual factors. Translators' unawareness of the nature of these factors hampers the process of translation and results in misinterpretation of the message by the addressee. With fansubbing and crowdsourcing spreading worldwide, more and more experts are becoming concerned with poor quality translations sprouting up before or simultaneously with the professionally interpreted or dubbed versions. Ukraine seems to have finally overcome the hardly comprehensible voiceover of pirate DVDs (a sad legacy of the early 1990s). However, Ukrainian audience is still struggling to understand some of the 'quick fix' versions of TV series, which appear to be too numerous to be properly translated.

Purpose: The objective of the article is to analyze typical mistakes that can occur in audiovisual translation and to outline the major causes of these mistakes.

Methods: The research is based on randomly selected cases of inadequate voiceover translation of English fiction and documentary series into Ukrainian and Russian. The choice of the films was prompted by the commentaries of Internet-users who indicated insufficient quality of translation of these films. Mistakes found were then analyzed from the point of view of language and culture-specific constraints, interpreting mode constraints and personal constraints that might have affected the translator's choice.

Results: Apart from widely known linguistic phenomena of polysemy, homonymy, lexical lacunas, there are other stumbling blocks to faithful translation, such as lack of attention to historical and cultural context, inappropriate stylistic toning, thematic irrelevance, and even

blunt incoherence of verbal and visual features, etc. Due to the multimode nature of audiovisual translations some of the problems could easily be solved if translators actually watched the film, instead of hastily working on the script.

Conclusions: Similar analysis of translators' mistakes is suggested as a means of teaching novice translators to develop efficient tools of overcoming difficult cases while translating foreign films.

Keywords: audiovisual translation, voice-over, translators' mistakes, film text.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. Думка про те, що переклад – нелегка справа, а особливо аудіовізуальний переклад, що вимагає не лише глибокого знання двох мов, а й особливої майстерності, є на стільки ж буденною, наскільки й правдивою. Утім новий час ставить перекладачів перед новими викликами: англійські неологізми рясніють на шпальтах газет, у соціальних мережах та в мовленні персонажів художніх фільмів, як то *to defriend / unfriend someone on Facebook*, *“momager” (a celebrity's business manager who is actually their mother)*, *webisode (an episode or series created exclusively for online viewing)*, *binge-watch (watch multiple episodes of a TV show, one after another, in a single sitting)*. Часом здається, що тисячі людей одночасно зрозуміли правила мовної гри і отримують величезне задоволення від неї. Очевидним відгуком перекладачів на подібні зміни є постійне самовдосконалення, моніторинг сучасних засобів інформації та електронних засобів комунікації, відстеження сучасних лексикологічних, соціолінгвістичних досліджень, про що пишуть вітчизняні дослідники (Кравець, Таценко, 2012; Мельник, 2012; Софієнко, 2014; Chugu, Gladío, 2015). Окрім такого загального спрямування на підвищення своєї професійної майстерності, перекладачі, однак, потребують аналітичних інструментів, що допоможуть їм визначити проблемні моменти, конкретизувати суть проблеми, виявити джерела її вирішення і, зрештою, власне розв'язати проблему.

Мета статті – проаналізувати типові проблеми, що виникають у перекладачів англійських фільмів українською і російською мовами, та виявити можливі причини виникнення труднощів при перекладі закордонних фільмів.

Об'єктом нашого дослідження послугували закадрові переклади (voice-over) англійських художніх та документальних телесеріалів “Bones”, “Epic History of Everyday Things”, “Hercule Poirot”, “Call the Midwife”, виконані різними студіями звукозапису. Назви студій та імена перекладачів не згадуємо з етичних міркувань. Відбір серіалів ми проводили з урахуванням думки глядачів, котрі висловлювали своє незадоволення якістю перекладу на відповідних кіносайтах у мережі Internet, тобто недоліки перекладу об'єктивно встановили не лише фахівці-експерти, а й пересічні глядачі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Увага до аудіовізуального перекладу зростає пропорційно до тієї кількості кінопродукції та розважального (ігрового) програмного забезпечення, котрі виходять на світовий ринок. Наразі відомі спроби не лише класифікувати підвиди аудіовізуального перекладу, але й визначити поширеність цих типів у різних країнах та серед різних груп глядачів, зокрема ведеться дискусія про переваги й недоліки субтитрування і дублювання фільмів (Ayonghe, Ategha, 2017; Bartolomé, Carbera, 2005). Frederic Chaume (2013) виокремлює такі види аудіовізуального перекладу: дублювання (*dubbing*), субтитри (*subtitling*), титри з текстами пісень або лібрето (*surtitling*), сурдопереклад (*subtitling for the deaf*), субтитри в режимі реального часу (*respeaking*), поєднання дубляжу і субтитрів (*audiosubtitling*), закадровий переклад (*voice-over*), синхронний переклад фільмів на кінофестивалях (*simultaneous interpreting at film festivals*), вільний коментар (*free-commentary*), аудіоопис для людей, котрі не можуть бачити візуальний контент (*audiodescription*), пародійний переклад (*goblin translation*), аматорські дубляж і субтитри (*fansubbing and fandubbing*). При цьому дослідник відзначає, що різні соціально-вікові групи формують різне ставлення до окремих підвидів аудіовізуального перекладу.

Yves Gambier (2016) пропонує поділяти перераховані вище види аудіовізуального перекладу на дві категорії: переклад (можливо, доречніше було б ужити термін “інтерпретація”) у межах однієї мови, що охоплює чотири види, та міжмовний переклад (8 видів). Звичайно, кожен підтип має свої особливості, котрі неможливо відстежити в межах однієї статті. Ми зосередили свою увагу лише на випадках закадрового перекладу, який є найбільш поширеним в Україні через відносно низьку собівартість процесу виробництва.

Оскільки обсяг аудіовізуальної продукції зростає щорічно в геометричній прогресії, далеко не всі продукти потрапляють до рук професіоналів. Поширення аматорського дубляжу й субтитрів призвело до того, що в деяких країнах, насамперед у Китаї, Японії, Південній Кореї, перед релізом офіційно перекладеної версії фільму з’являються кілька аматорських варіантів, якість яких дуже різниться, але здебільшого є надзвичайно низькою (Cintas, Sánchez, 2006; Wang, 2017). Це пов’язане з особливостями формату, що перекладається (без монтажних листів часто іде запис “на слух”), і з професійним рівнем самих перекладачів. До таких сумнівних продуктів відносять і результат “краудсорсингу” (crowdsourcing), коли переклад здійснюється кількома волонтерами, котрі можуть взагалі не мати професійної освіти чи досвіду (Gambier, 2016, с. 893).

Звичайно, зі зростанням функціоналу штучних нейронних мереж, задіяних з 2016 року в перекладацьких програмах компаній Google і Microsoft (Wu, Schuster, Chen, Le, Norouzi, 2016), та з розвитком технічних засобів здійснення аудіовізуального перекладу, зокрема програмного забезпечення для створення субтитрів (Cintas, 2008), можемо прогнозувати розвиток з плином часу нового підтипу аудіовізуального перекладу – машинного аудіовізуального перекладу.

На щастя, на теренах України нерозбірливий, одноголосий переклад піратських DVD кінця ХХ століття, здається, уже відійшов у минуле. В Україні поступово формується власна школа кіноперекладу, яка ідеологічно й методично відходить від радянських традицій (Софієнко, 2014). Однак сучасні глядачі висувають значно вищі вимоги до перекладу, адже здатні й самі помітити недоліки та помилки в дубльованому фільмі, що доводить у своєму дослідженні А. Artiukh (2015), а також активно висловлюють свої зауваження на відповідних сайтах.

Отож назріла реальна потреба фахової підготовки фахівців аудіовізуального перекладу, про що заявляють автори монографії *The Didactics of Audiovisual Translation* (Cintas, 2008, с. 3–4]. Дослідники погоджуються, що підготовка фахівця з аудіовізуального перекладу вимагає не лише розробки теоретичного підґрунтя такої діяльності та поглиблення відповідних знань новачків, але й насамперед систематичного тренування, що супроводжується докладним аналізом вдалих і невдалих зразків (Cintas, 2008; Xiangdong, 2015). Цікавим і корисним поєднанням теорії та практики є, на нашу думку, обговорення саме невдалих випадків перекладу, адже в ході аналізу розкриваються глибинні процеси інтерпретації та мотиви перекладача щодо вибору певних засобів мовного вираження змісту художнього чи документального фільму.

У своїй статті А. Артюх (Artiukh, 2015) пропонує таку класифікацію причин перекладацьких помилок: 1) непрофесіоналізм, 2) нездатність розпізнати культурно-специфічну лексику, 3) “хибні друзі перекладача”, 4) буквальний переклад, 5) різновиди омонімії, 6) синонімія, 7) паронімія. Хоча в її роботі було наведено безумовно цікавий та яскравий ілюстративний матеріал, ми вважаємо можливим запропонувати свою класифікацію причин перекладацьких помилок, оскільки авторка не окреслила критерії виокремлення наведених нею типів, котрі є дуже різними за своєї природою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цілком очевидно, що частина проблемних ситуацій може бути спричинена властивостями самого аудіовізуального тексту, тоді як інші є типовими “камнями спотикання” будь-якого перекладу (див. табл. 1). Порівнюючи різні формати текстів для перекладу, Patrick Zabalbeascoa (2008, с. 21) вказує, що аудіовізуальний текст, як комунікативний акт, охоплює звук і образи, є мультимодальним за своєю природою, а відтак містить додаткові перепони для перекладу, ніж простий усний чи письмовий текст.

Зокрема, надзвичайно важливим є відношення між відеорядом і озвученим текстом. Ми відносимо до проблемних моментів аудіовізуального перекладу також процес локалізації та проблеми, що виникають через формат збереження перекладу.

Типовими перепонами для перекладу взагалі і перекладу фільмів зокрема є різноманітні лінгвальні чинники (полісемія та омонімія, тема-ремагічне членування, гра слів, відсутність синтаксичних конструкцій у мові перекладу тощо) та екстралінгвальні чинники, серед яких, на нашу думку, визначальний вплив на якість перекладу фільму мають персональні характеристики перекладача та культурно-історичні чинники. Розглянемо нижче реальні приклади різних типів проблемних ситуацій.

Табл. 1

Типи проблем в аудіовізуальному перекладі

Проблемні моменти, притаманні аудіовізуальному перекладу	Проблеми, що притаманні будь-якому типу перекладу, включаючи аудіовізуальний
<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблеми, зумовлені взаємодією аудіо- та відеозмісту 2. Проблемні моменти локалізації аудіовізуальної продукції 3. Проблеми, мотивовані формою збереження відповідного аудіовізуального перекладу 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблеми, спричинені лінгвальними чинниками 2. Проблеми, пов'язані з екстралінгвальними чинниками: <ol style="list-style-type: none"> 1) особистісні характеристики перекладача 2) історико-культурні чинники

Труднощі, з якими стикаються перекладачі кінопродукції, викликані складною семантикою аудіовізуального тексту, який є креолізованим та прецедентним. У Еко вважав, що зміст кінотексту передається трьома видами кодів: портретним (іконічним), звуковим та лінгвальним. Однак російські учені Г.Г. Слишкін та М.А. Єфремова (2004) зауважують, що протиставлення звукового та лінгвального кодів є необ'єктивним, оскільки усне мовлення теж має звукову природу. Дослідники пропонують виокремлювати дві антиномії: протиставлення аудіо та візуальних семіотичних компонентів та протиставлення лінгвальних і нелінгвальних компонентів кінотексту (Слышкин, Ефремова, 2004, с. 20-21). Зрештою, Yves Gambier (2016) вдалося об'єднати ці ідеї, виокремивши лінгвальний зміст, виражений аудіо та відео засобами, та нелінгвальний зміст, також виражений аудіо- та відеозасобами. Відношення між цими видами змісту можуть бути спрямовані не лише на спільність думки, взаємодоповнення, але й існувати у форматі надлишковості чи протиставлення (Cintas, 2008). Однак інколи протиставлення відеоряду та тексту є неавмисним, зумовленим хибним перекладом.

Згадаємо, наприклад, досить відомий британський серіал "Sherlock". В одному з епізодів головний герой купує на вулиці традиційну британську страву *fish and chips* (смажену картоплю з рибою), яку перекладач російськомовної версії плутає з американською лексемою *chips* і перекладає як "чіпси". При цьому на екрані абсолютно чітко видно, що саме їсть головний герой. Очевидно, цієї помилки можна було б уникнути, якби перекладачі уважно переглядали фільм перед тим, як працювати з текстом, а варіанти перекладу, котрі спадають на думку, але викликають когнітивний дисонанс, дивують протиставленням лінгвального та нелінгвального планів, перевіряли б з додатковою ретельністю, адже більшість з них виявляються так званими "хибними друзями перекладача".

Аналогічно за причинами та ефектом є ситуація, коли в епізоді серіалу "Call the Midwife" героїні стає зле, вона хапається за серце, а далі ми бачимо її в лікарні та чуємо переклад телефонної розмови, у якій вона повідомляє, що в неї ангіна і тому доведеться відкласти заплановану поїздку на місяць. Навіть для недосвідчених глядачів є очевидним помилковий переклад слова *angina*, котре позначає "стенокардію", а не лише "ангіну", як було перекладено.

Крім протиставлення лінгвального та нелінгвального планів, в аудіовізуальному перекладі трапляються випадки, коли не збігаються усний і письмовий текст, одночасно представлені глядачеві. Це зумовлено тим, що є обмеження як для субтитрів (письмовий текст на екрані не може бути довшим за два рядки, щоб його встигли прочитати), так і для усного перекладу, який потрібно синхронізувати з довжиною оригінального усного тексту.

У документальному серіалі “Epic History of Everyday Things” ситуація ускладнилася тим, що інформативні написи на екрані не мають субтитрів. Частина цих написів озвучується диктором, котрому й без того потрібно пришвидшити свій темп, щоб зачитати український переклад, який зазвичай довший, ніж англійський оригінал. Більшість написів залишилася неперекладеною взагалі. У якийсь момент глядач, котрий слухає про походження консервованих продуктів, може прочитати на екрані напис “...SPAM introduced”. У більшості аудіовізуальних перекладів подібні написи локалізуються, тобто перекладаються та розташовуються в тих самих місцях, що й в оригіналі, як це було зроблено, наприклад, у серіалі “Sherlock”. Цей момент можна було б оминати, якби напис “...SPAM introduced” не був представлений великим літерами й акронім не нагадував знайоме усім сучасним Інтернет-користувачам слово “спам”. Залишена без пояснення назва м'ясного продукту торгової марки Hormel Foods Corporation викликає спантелічення в глядачів, чиї асоціації не допомагають їм зрозуміти зв'язок між текстом на екрані та усним текстом, що його супроводжує.

Відмова від субтитрів у цьому серіалі призвела до того, що напис на екрані “Humans are the only animals who bury their dead” був усно перекладений як “Люди – тварини, які закопують мертвих”, котрий, імовірно, виник через прагнення “втиснути” мовлення диктора в ті кілька секунд, поки напис був на екрані. Однак очевидно, що англійська та українська версії мають суттєві логічні розбіжності.

З огляду на складність семантичного переносу, ми погоджуємось із зауваженням Yves Gambier (2016) про те, що оцінювати якість аудіовізуального перекладу потрібно не лише з погляду зрозумілості тексту, а й з огляду на його прийнятність, доступність та зручність для глядачів. Така прагматична спрямованість на адресата виявляється в сучасних фільмах у формі локалізації, коли деякі риси оригінального аудіовізуального продукту адаптуються до конкретної аудиторії у лінгвальному і культурному плані, аби він не відчувався як чужорідний продукт (Gambier, 2016, с. 892). Вдалим прикладом локалізації ми вважаємо український переклад мовлення одного з персонажів анімаційного фільму “Таємне життя домашніх тварин” (2016) за допомогою діалектного мовлення, котре втілює харизматичність цього персонажа і створює комічний ефект.

Українському глядачеві незвично чути, що хтось випив 1500 мл рідини, а не півтора літра (серіал “Bones”), і ще більше незрозуміло, скільки сиру з'їдає щороку пересічний американець, якщо звучить цифра 32 фунти, також досить важко уявити 4-дюймові підбори короля Луї XIV (“Epic History of Everyday Things”). Подібні випадки найкраще переводити у знайому аудиторії метричну систему.

З іншого боку, локалізація не повинна спотворювати змісту оригінального продукту. D. Wang (2017) наводить яскраві приклади того, як перекладачі занадто сильно змінюють лексико-семантичне наповнення тексту. Наприклад, у китайському перекладі опис потворної істоти “That is one ugly, mug-ugly lady!” (анімаційний фільм “Madagascar 3”) перетворився на досить поетичний, але стилістично дуже далекий переклад, котрий українською приблизно звучав би як “Ця жінка така потворна, що вона вразила б і Небеса, і Землю та змусила б богів і духів плакати” (переклад цього та наступного фрагменту здійснено нами українською з підрядкового перекладу китайської на англійську, представленого D. Wang (2017, с. 184). Ще один фрагмент того ж анімаційного фільму в іншому китайському перекладі був настільки локалізований, що стає абсолютно незрозумілим для глядачів з інших країн. Вислів ‘Cause

all you have to do is put them around your partner’ (“Все, що треба, – просто обійняти партнера [по танцю]”) перекладено приблизно так: “Ми попрацюємо як подружжя, точнісінько як Шеньян у Зірковому Авеню”. Для китайської аудиторії, котра пам’ятає про перемогу цього коміка в китайському шоу талантів у 2009 році, можливо, переклад і не звучить безглуздо, однак він дуже далекий від реального вислову і є невиправдано перевантаженим, оскільки містить момент інтертекстуальності.

Проблеми аудіовізуального перекладу можуть бути пов’язані з різноманіттям форм збереження відповідного аудіовізуального перекладу. Наприклад, якщо говорити про можливості вибору мови перегляду фільму на DVD, здебільшого він досить обмежений. Не завжди доступна функція відкритих субтитрів, щоб їх можна було вмикати і вимикати за потребою і на різних мовах. Усе більшого поширення набувають субтитри в режимі реального часу, котрі через брак часу для перекладу можуть містити помилки (Zabalbeascoa, 2008, с. 35-36). Можливість “перезаливання” перекладу на файлообмінних сайтах привела до того, що один і той же фільм можна подивитись у різних перекладах, що є позитивним моментом, якщо говорити про конкуренцію між різними студіями звукозапису, але й є негативним з погляду того, що виникає проблема авторства і відповідальності, адже деякі зловмисники навмисно подають спотворений переклад, часто з інвективною лексикою, навіть для дитячої продукції.

Проблеми перекладу, зокрема й аудіовізуального, можуть бути спричинені двома видами чинників – лінгвальними й екстралінгвальними. Лінгвальні перешкоди для якісного перекладу досліджені найкраще, адже саме лінгвісти найбільше досліджували теоретичні та практичні аспекти перекладу. Серед мовних проблем перекладу найпоширеніші, за нашим спостереженням, такі:

1. Нехтування стилістичним компонентом.

У сучасному детективному серіалі, наприклад, нетипово старомодно звучить зізнання “*У меня был адюльтер*” (серіал “*Bones*”), яке містить буквальний відповідник слова *adultery* і може бути замінено простішим “У меня был роман”.

Ще дивніше звучить діалог у тому ж серіалі між жінкою-детективом та матір’ю, котра втратила дитину і вказує на те, що детектив не здатна зрозуміти її почуття. Замість стишеної тональності, котра підтримує відчуття згорьованості, глядачі чують: “*Вы не мать*”. “*Нет, я не мать*”. Доречніше було б, на нашу думку, обрати нейтральні, хоч і стереотипні фрази, на зразок: “*У вас нет своих детей*”. “*Нет*”. Тоді текст не викликав би змішаних почуттів.

В описі “*Усі чоловіки: лідери міст, політики, солдати...*” (“*Epic History of Everyday Things*”), лексема *лідер* (буквальний відповідник слова *leaders*) вжита всупереч контексту, адже, по-перше, не враховано лексичної валентності цього слова, по-друге, лідерами в українській мові здебільшого називають людей, котрі очолюють суспільно-політичні організації, або тих, хто показує найкращі результати в певних змаганнях (СУМ). Вираз *leaders of the cities* пропонуємо перекладати як “керівники” або “очільники міст”.

Узагалі можна сказати, що багато кіноперекладів потерпають саме від буквализму, котрого можна було б уникнути за допомогою елементарних семантичних та граматичних трансформацій. “*One today, one tomorrow*,” – каже герой серіалу “*Bones*”. “*Одна сегодня, одна – завтра*,” – дзеркально повторює на ним перекладач, хоча природніше звучить вираз “Сегодня – одна, завтра – другая.”

2. Плутанина темо-рематичних елементів.

Твердження про те, що “*перший ресторан відкрився у Бостоні у 1794 році*”, викривлює не лише історичні події, але й зміст висловлення “*In 1794, the first US restaurant opened in Boston*”, яке прозвучало в англійській версії документального серіалу. Намагаючись зберегти порядок теми і реми, перекладач потрапив у пастку, адже у такому випадку не залишилося місця для перекладу лексеми *US*: або виникає хибне тлумачення “американського ресторану”

як ресторану американської кухні, або послідовно будуть іти дві синтаксично паралельні конструкції “перший ресторан у США відкрився у Бостоні”. Так чи інакше, перекладач фільму уникнув громіздкості та неясності висловлення, просто оминувши лексему *US* у тексті, змінивши при цьому і фрагмент світової історії, адже в наявному перекладі виникає імпліцитний натяк на перший ресторан у світі. Вважаємо, що ситуацію міг би врятувати такий переклад: “У 1794 році в Бостоні відкрився перший ресторан у Сполучених Штатах”.

3. Невдалий вибір значення у випадку полісемії.

Переклад речення *As a toothbrush Egyptians used twigs* (“Epic History of Everyday Things”) – *Роль щітки виконувала лоза* – містить лексему “лоза”, котра хоч і може бути варіантом перекладу лексеми *twig*, все ж позначає стебло деяких кущових рослин (СУМ) (особливо верби, котра навряд чи росла в Давньому Єгипті), тоді як слово *twig* позначає будь-яку тоненьку гілочку. Загалом наведений переклад викликає недоречні асоціації з вербами та лозами.

У перекладеній версії детективного серіалу “Bones” чуємо таку розмову:

– *Ви убили.*

– *Я з этим не согласен.*

Хоч вираз *I deny it* поза контекстом міг би мати подібне значення, у цьому випадку вважаємо доречнішим вираз “Я это отрицаю” (“Я це заперечую”).

Аналогічно, речення “*Until the 1700's forks were thought unmanly*”, перекладене як “До вісімнадцятого століття виделки вважались жіночними”, можливо, і містить правильний словниковий відповідник лексеми *unmanly*, але він не відображає адекватно зміст тексту, у якому йдеться про те, що виделки вважались не гідними чоловіка, тобто користування виделками не було чоловічою справою.

Досить поширеною є помилка при перекладі виразів з лексемою *find*, котра окрім значення “знаходити” вживається ще й у значеннях “виявити”, “опинитись”, “дізнатись”, наприклад: висловлення “Я нахожу (*I find*), что в этом деле я не могу быть объективной” природніше звучатиме у варіанті “Я обнаружила” / “Я вижу”.

“*Знаешь, почему твоя фамилия Свитс? Потому что ты милый*” У цьому випадку гра слів, зав’язана на прізвищі персонажа, очевидно, не може бути збережена, оскільки прізвище не перекладається. Однак саме питання “*Знаешь, почему твоя фамилия Свитс?*” (*Do you know why you are called Sweets?*) звучить досить безглуздо, адже кожна людина абсолютно точно знає, чому вона має своє прізвище. Річ у тім, що персонажа, котрий був надзвичайно доброзичливим, усі друзі і колеги називали лише *Sweets*, перетворивши прізвище на прізвисько. Таким чином, ближчою до оригіналу була б версія “Ты такой милый. Не зря все называют тебя Свитс.”

Переклад речення “*The demand for food flavourings sent explorers to the far ends of the Earth*” у формі “Зростаючі вимоги щодо їжі відправляли дослідників на Далекий Схід” викликає зауваження щодо варіанта “вимоги” (краще було б “*potim*”) та пропуску важливого лексичного компонента *flavourings* (“прянощі”), без якого експансія європейців на Далекий Схід здається зумовленою нестачею їжі. Вище ми згадували вже, що причиною перекладацьких помилок стають також явища омонімії, паронімії та “хибних друзів перекладача”.

Повертаючись до екстралінгвальних чинників, що стоять на заваді якісному перекладу, наведемо кілька прикладів того, як перекладач викривлює текст з особистих причин. По-перше, перекладач може не усвідомлювати, що його переклад не є тематично релевантним. Наприклад, звернення чоловіка до померлої дружини на кладовищі “*Ты отдохнешь, Айрис, я обещаю*” (*You will find peace, I promise you, Iris*) звучить, м’яко кажучи, дивно (серіал “Hercule Poirot”). Пропонуємо свій варіант: “Твоя душа обретет покой, Айрис, я обещаю.”

Перекладачеві, котрий не переймається перипетіями сюжетної лінії, не здається дивним те, що чоловік, звертаючись до своєї колеги, з якою у нього немає і ще протягом 1-2 сезонів не буде романтичного зв’язку, каже “*Это моя девушка!*” (серіал “Bones”). Насправді герой фільму лише схвально оцінив роботу своєї напарниці: *That's my girl!* (“Молодчина!”).

Низький професійний рівень перекладача, брак знань та слабка інтуїція стають великою завадою для перекладу сучасних фільмів, наповнених новими фразеологізмами. Опис нового хлопця головної героїні, перекладений у такий спосіб: “*Он хитрее, чем мартишка со щенком*” (серіал “*Bones*”), є яскравим прикладом такої непрофесійної роботи. Вираз “*as cheeky as a monkey with a puppy*” можна було б перекласти так: “А он проказник еще тот!”

У різні часи перекладачі володіли різною інформацією про історико-культурні та соціальні реалії інших країн. Однак сьогодні доступ до інформації майже безмежний, тому професійний перекладач зобов’язаний ураховувати етикетні формули, особливості адміністративної, судової, освітньої систем, традицій та обрядовість країн, у яких відбуваються події фільму. Наведемо кілька прикладів, коли ці моменти були проігноровані:

а) “*It was a pleasure*”

“С удовольствием, Мел” (Насправді мало б бути “*Приятно было познакомиться*” – етикетна формула при першому знайомстві).

б) “*На нее, наверное, давит глава графства*” (Насправді “головний інспектор округу” (“*chief county inspector*”, оскільки у США немає адміністративного поділу на графства).

в) *High school* – “*высшая школа*” (у США це старша, а не вища школа).

г) *Jury* – “*жюри присяжных*” (потрібно: “суд присяжних”).

г) “*Оденьте что-нибудь синее и не носите увесистое ожерелье*” (Оскільки в оригіналі згадано сині панчохи – “*blue stocking*” – вираз, відомий і англійському, і російському, й українському глядачеві, доречніше було б зберегти його, аби донести підтекст висловлювання, наприклад: “Оденьте что-нибудь синее, главное не чулки и не бабушкино ожерелье”).

д) “*Нет, я не хочу портить тебе Рождество. Приезжай в День бокса.*” (Насправді герой мав на увазі День подарунків (*Boxing Day*), який відзначають 26 грудня).

Висновки й перспективи подальших досліджень. Уникненню проаналізованих у статті помилок посприяє постійне професійне самовдосконалення перекладачів, поглиблення їхніх фонових знань про культуру, історію та устрій інших країн, ознайомлення з різновидами соціолектів та діалектів, уважне ставлення до порівняльних аспектів граматики та лексики тощо. Важливою запорукою вдалих перекладів є електронна грамотність перекладачів – уміння користуватися різноманітними електронними джерелами, котрі допоможуть з’ясувати культурологічні питання, перевірити лексичну й граматичну валентність слів, уточнити значення нових лексичних одиниць тощо. Проведене нами пілотне опитування студентів філологічного та нефілологічного профілю показало, що філологи користуються в середньому трьома електронними засобами перекладу, а студенти інших спеціальностей – одним, що є дуже обмеженим в обох випадках. Отже, наразі можемо констатувати потребу в навчанні перекладачів передових технологій на матеріалі, котрий би відтворював реальні проблемні ситуації, які доведеться розв’язувати майбутнім фахівцям.

Дидактичний потенціал подібних досліджень полягає в тому, що вони можуть стати основою для створення бази даних помилок аудіовізуального перекладу та допомогти в розробці необхідного програмного забезпечення, котре дозволило б здобувачам відповідного фаху тренуватися на подібних зразках, виявляти проблемні місця в кінофрагментах, аналізувати чинники, що спричинили ці помилки, пропонувати власні способи подолання цих проблемних місць і порівнювати власні варіанти перекладу зі зразком.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні реакції аудиторії на перекладацькі помилки, встановлення відсотка помилок, котрі здатні помітити нефахівці, та дослідженні впливу перекладацьких помилок на загальне і глибоке розуміння глядачами змісту перекладеного аудіовізуального тексту.

ЛІТЕРАТУРА

- Кравець, Л. С. і Таценко, Н. В. (2012). Соціокультурні аспекти перекладу серіалів з англійської мови на українську. *Філологічні трактати*. 4 (3), 45-49.
- Мельник, А. П. (2012). Український колорит у перекладах сучасних анімаційних фільмів. *Мовні і концептуальні картини світу*. 42 (1), 103-113.
- Софієнко, І. В. (2014). Становлення кіноперекладу в Україні. *Мовні і концептуальні картини світу*. 50(2), 401-405. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_50%282%29__59.
- Сльшкін, Г. Г. И Ефремова, М. А. (2004). *Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа)*. Москва: Водолей Publishers.
- Artiukh, A. O. (2015). Classification of translators' mistakes in the movies for the Ukrainian audience. *Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. Серія: Філологія. Педагогіка. 5, 9-15. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/vntufil_2015_5_4.
- Ayonghe, L. S. & Ategha, A. (2017). The Power of film translation: Cameroon film industry and television documentaries: dubbing or subtitling? *Translation Journal*. January Issue. Retrieved from <http://translationjournal.net/January-2017/the-power-of-film-translation-cameroon-film-industry-and-television-documentaries-dubbing-or-subtitling.html>.
- Bartolomé, A. I. H. & Carbera, G. M. (2005). New trends in audiovisual translation: the latest challenging modes. *Miscelánea : A Journal of English and American studies*. 31, 89-104.
- Chaume, F. (2013). The turn of audiovisual translation: new audiences and new technologies. *Translation spaces*. 2 (1), 105-123.
- Chugu, S. & Gladjo, S. (2015). Modality of the literary text: Translation challenges. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Філологічна"*. 59, 6-8.
- Cintas, J. D. & Sánchez, P. M. (2006). Fansubs: Audiovisual translation in an amateur environment. *The Journal of Specialized translation*. 06, 37-52. Retrieved from http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.php.
- Cintas, J. D. (2008) Introduction. *The Didactics of Audiovisual Translation*. John Benjamins Publishing Company, (pp. 1-18).
- Gambier, Y. (2016). Rapid and radical changes in translation and translation studies. *International Journal of Communication*. 10, 887-906.
- Tarquini, G. (2016). The deployment of audiovisual databases in foreign language learning: usability features and didactic affordances. *Verstehen durch Hören und Lesen. Teil II: Perspektiven interlingualer Untertitelung* 9:2, 208-226. Retrieved from http://www.trans-kom.eu/bd09nr02/transkom_09_02_03_Tarquini_Databases.20161220.pdf.
- Wang, D. (2017). Fansubbing in China – with reference to the fansubbing group YYeTs. *The Journal of Specialised Translation*. 28, 165-190. Retrieved from http://www.jostrans.org/issue28/art_wang.pdf
- Wu, Y., Schuster, M., Chen, Z., Le, Q. V., & Norouzi, M. (2016) *Google's neural machine translation system: bridging the gap between human and machine translation*. 8 Oct 2016. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/1609.08144v2>
- Xiangdong, Li. (2015). Putting interpreting strategies in their place: Justifications for teaching strategies in interpreter training. *Babel*. 61 (2), 170-192.
- Zabalbeascoa, P. (2008) The nature of the audiovisual text and its parameters. *The Didactics of Audiovisual Translation*. John Benjamins Publishing Company, 21-37.
- ЛЕКСИКОГРАФІЧНЕ ДЖЕРЕЛЮ
- СУМ – Словник української мови: в 11-ти томах. Взято з <http://sum.in.ua>.

REFERENCES

- Kravets, L. S. i Tatsenko H. V. (2012). Sotsiokulturni aspekty perekladu serialiv z anliyskoi movy na ukrainsku. *Filologichni traktaty*. 4 (3), 45-49.

- Melnyk, A. P. (2012). Ukrainsky koloryt u perekladakh suchasnykh animatsiynykh filmiv. *Movni i kontseptualny kartyny svitu*. 42 (1), 103-113.
- Sofiyenko, I. V. (2014). Stanovlennia kinoperekladu v Ukraini. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*. 50 (2), 401-405. Vziato z http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_50%282%29__59.
- Slyshkin, G. G. i Yefremova, M. A. (2004). *Kinotekst (opyt lingvokulturovedcheskogo analiza)*. Moskva: Vodoley Publishers.
- Artiukh, A. O. (2015). Classification of translators' mistakes in the movies for the Ukrainian audience. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivsky politekhnichnyi instytut"*. Seria: *Filologia. Pedagogika*. 5, 9-15. Vziato z http://nbuv.gov.ua/UJRN/vntufil_2015_5_4.
- Ayonghe, L. S. & Ategha, A. (2017). The Power of film translation: Cameroon film industry and television documentaries: dubbing or subtitling? *Translation Journal*. January Issue. Retrieved from <http://translationjournal.net/January-2017/the-power-of-film-translation-cameroon-film-industry-and-television-documentaries-dubbing-or-subtitling.html>.
- Bartolomé, A. I. H. & Carbera, G. M. (2005). New trends in audiovisual translation: the latest modes. *Miscélanee : A Journal of English and American studies*. 31, 89-104.
- Chaume, F. (2013). The turn of audiovisual translation: new audiences and new technologies. *Translation spaces*. 2 (1), 105-123.
- Chugu, S. & Gladio, S. (2015). Modality of the literary text: Translation challenges. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Філологічна"*. 59, 6-8.
- Cintas, J. D. & Sánchez, P. M. (2006). Fansubs: Audiovisual translation in an amateur environment. *The Journal of Specialized translation*. 06, 37-52. Retrieved from http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.php.
- Cintas, J. D. (2008) Introduction. *The Didactics of Audiovisual Translation*. John Benjamins Publishing Company, (pp. 1-18).
- Gambier, Y. (2016). Rapid and radical changes in translation and translation studies. *International Journal of Communication*. 10, 887-906.
- Tarquini, G. (2016). The deployment of audiovisual databases in foreign language learning: usability features and didactic affordances. *Verstehen durch Hören und Lesen. Teil II: Perspektiven interlingualer Untertitelung* 9:2, 208-226. Retrieved from http://www.trans-kom.eu/bd09nr02/transkom_09_02_03_Tarquini_Databases.20161220.pdf.
- Wang, D. (2017). Fansubbing in China – with reference to the fansubbing group YYeTs. *The Journal of Specialised Translation*. 28, 165-190. Retrieved from http://www.jostrans.org/issue28/art_wang.pdf.
- Wu, Y., Schuster, M., Chen, Z., Le, Q. V. & Norouzi, M. (2016) *Google's neural machine translation system: bridging the gap between human and machine translation*. 8 Oct 2016. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/1609.08144v2>
- Xiangdong, Li. (2015). Putting interpreting strategies in their place: Justifications for teaching strategies in interpreter training. *Babel*. 61 (2), 170-192.
- Zabalbeascoa, P. (2008) The nature of the audiovisual text and its parameters. *The Didactics of Audiovisual Translation*. John Benjamins Publishing Company, 21-37.
- SUM – Slovyk Ukrainskoi movy v 11-ty tomakh. Vziato z <http://sum.in.ua>

Дата надходження до редакції 15.01.2018 р.
Ухвалено до друку 27.04.2018 р.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РУКОПИСІВ У ВІСНИКУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЛІНГВІСТИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ. СЕРІЯ ФІЛОЛОГІЯ

Редакція Вісника КНЛУ. Серія Філологія приймає до друку матеріали (статті, огляди, рецензії та ін.) від фахівців у галузі лінгвістики за умови, що подані рукописи не публікувалися раніше, відповідають проблематиці Вісника й оформлені відповідно до його вимог. Матеріали мають відображати сучасний стан розробки досліджуваної проблеми й містити нові результати її вивчення. Теоретичні положення повинні бути аргументовані відповідним ілюстративним матеріалом.

Наукова праця має бути написана на актуальну тему, містити виклад кінцевих або проміжних результатів дослідження, виявляти пріоритети автора в його наукових пошуках.

Редакція проводить внутрішнє та зовнішнє рецензування поданих до друку матеріалів, відхиляє або повертає на доопрацювання статті, які не відповідають вимогам збірника.

Редколегія Вісника КНЛУ. Серія Філологія послідовно дотримується міжнародних видавничих стандартів COPE Code of Conduct, затверджених COP (Committee on Publication Ethics).

Мови публікацій – українська, російська, чеська, польська, англійська, німецька, французька, іспанська, грецька.

Рекомендований обсяг публікацій: обсяг статті – 10–12 сторінок з таблицями, схемами та малюнками; обсяг рецензії – 5–6 сторінок; обсяг хроніки – 3–4 сторінки.

Вимоги до змісту, структури й технічного оформлення наукових статей

Стаття повинна обов'язково містити всі структурні елементи відповідно до п. 3 Постанови ВАК України № 7-05/1 від 15 січня 2003 р.:

- **формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання;**
- **аналіз останніх досліджень і публікацій**, у яких започатковано розв'язання окресленої проблеми і на які спирається автор (*важливо не перерахувати авторів чи їхні публікації, а саме проаналізувати доробок дослідників, вказати, у чому вони мають рацію, а в чому – ні; зазначити, які питання залишаються невирішеними*);
- **мету статті та її завдання;**
- **виклад основного матеріалу дослідження** з обґрунтуванням здобутих результатів;
- **висновки й перспективи подальших досліджень** у цьому напрямі;
- **список використаних джерел, список лексикографічних джерел і / або список джерел ілюстративного матеріалу**, оформлених стилем APA.

Структура статті

1. УДК (універсальна десяткова класифікація) – вказувати на початку статті в лівому верхньому кутку першої сторінки.

2. Назва статті (великими літерами по центру, 14 кеглем, напівжирним шрифтом).

3. Прізвище та ініціали автора / співавторів друкувати по центру, 14 кеглем, звичайним шрифтом, великими літерами.

4. Відомості про автора українською мовою: науковий ступінь, звання, місце роботи, електронна адреса. Друкувати через 1 інтервал, звичайним шрифтом, 12 кеглем, вирівняти за правим краєм.

5. Анотація українською мовою та ключові слова (обсяг 800–900 знаків, 5–6 ключових слів), оформлена через 1 інтервал, звичайним шрифтом, 10 кеглем.

6. Відомості про автора англійською мовою: прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, звання, місце роботи, електронна адреса. Друкувати через 1 інтервал, звичайним шрифтом, 12 кеглем, вирівняти за правим краєм.

7. Назва статті, анотація та ключові слова англійською мовою. Анотація має стисло відображати зміст статті (**1800–2000 знаків**) і відповідати вимогам міжнародних наукометричних

баз. Зокрема, вона повинна містити такі структурні елементи: **Introduction, Purpose, Methods, Results, Conclusion**. Друкувати через 1 інтервал, звичайним шрифтом, 10 кеглем.

8. Текст статті (без літератури) повинен становити не менше 8 сторінок формату А4 (усі поля – 1,5 см, абзацний відступ – 5 знаків (1,25 см), основний шрифт – 12 кегль, шрифт – Times New Roman, інтервал – 1,5).

У тексті статті не використовувати стилі тексту, сторінки не нумерувати, дотримуватися абзацних відступів (5 знаків – 1,25 см).

Цитати й визначення (дефініції) термінів потрібно брати лише в заокруглені лапки (“слово”); розмежовувати знаки дефіса (-) і тире (–), наприклад: “Дискурс – це...”, але “лексико-синтаксичні характеристики”; не замінювати знак апострофа (’) чи лапок (“слово”) іншими знаками; фрагменти рукопису, що містять ілюстративний матеріал, друкувати курсивом; світлим шрифтом із підкресленням подавати розкриті у вступній частині позиції: актуальність, мета, завдання та ін.; пропуски в наведених цитатах позначати так: [...]; підрядкові покликання не припустимі. Скорочення на зразок *т. д.*, ініціали при прізвищах (напр., *І.І. Петренко*). указівки на сторінки (с. 34), назви населених пунктів (*м. Київ*) друкувати через нерозривний відступ (одночасне натискання клавіш Ctrl+Shift+відступ).

Покликання на використану літературу в тексті просимо оформлювати стилем APA: у круглих дужках потрібно вказувати прізвище автора, рік видання, сторінку, пор.: (Вихованець, 1987, с. 96). Докладніше див. <https://www.library.cornell.edu/research/citation/apa>.

9. Література (для оформлення списку джерел використовується APA стиль. Інформація щодо міжнародного стандарту APA є на сайті НБУВ: <http://nbuv.gov.ua/node/929>. Також див.: APA Citation Style (<https://www.library.cornell.edu/research/citation/apa>). Оформити цитування відповідно до стилю APA можна на сайті онлайнного автоматичного формування посилань: <http://www.citationmachine.net/apa/cite-a-book>; <http://www.bibme.org/apa/book-citation/manual>.

Заголовок ЛІТЕРАТУРА друкувати після основного тексту великими літерами ліворуч з абзацного відступу. Праці подавати в алфавітному порядку (12 кегль, шрифт звичайний, інтервал – 1,5). За необхідності можна навести ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА й ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ з продовженням нумерації.

10. REFERENCES (транслітерований латиницею перелік літератури, за винятком англomовних праць, які наводити мовою оригіналу). Для транслітерації латиницею українсько-і російськомовних текстів рекомендуємо скористатися програмою з таким режимом доступу: <http://litopys.org.ua/links/intrans.htm>.

Правила подання матеріалів

Редакція приймає від авторів зібрані в окремій, підписаній папці документи:

– два роздруковані примірники тексту;

– довідку про автора двома мовами (одна – мовою, якою написано статтю, друга – англійською мовою) на окремому аркуші (*ПІБ, науковий ступінь, учене звання, назва навчального закладу чи наукової установи, посада, поштова адреса (з індексом) для надсилання примірника збірника, особистий e-mail автора, номер телефону для зв'язку*);

– рецензію або витяг із протоколу засідання кафедри / вченої ради з рекомендацією рукопису до друку.

Електронний варіант статті, довідку про автора, а також відскановані рецензію, витяг з протоколу або рецензію наукового керівника надсилати на адресу: **knlu-pzs@ukr.net**. Усі файли (стаття, довідка про автора, рецензія (витяг) називати англійськими літерами (Article_Radziyevska, Author_Radziyevska_Review_Radziyevska, Extract_Radziyevska).

Редакція не повертає авторові (авторам) матеріали, зокрема й не прийняті до друку.

Відповідальний секретар – кандидат філологічних наук

Мінчак Галина Богданівна, тел. моб.: +38 (050) 571-32-78, (068) 554-23-79.

VISNYK OF KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY
SERIA *PHILOLOGY*
SUBMISSION GUIDELINES

Visnyk welcomes papers (including but not limited to **research articles, review articles and book reviews**) by scholars in the **field of linguistics and translation studies**. Papers are accepted for publication provided **they have not been published elsewhere, their topics are relevant for *Visnyk's* research focus and the submitted manuscripts conform to *Visnyk's* style sheet.** The authors are expected to critically appreciate the state of the art of a given problem and report on new findings. Theoretical claims should be supported by evidence from the appropriate data.

A submitted paper should focus on an up-to-date topic, include final or preliminary research results and it should make the author's priorities in the given research area explicit.

Submitted papers are subject to peer review by domestic and international referees. Based on the review results, the papers may be rejected as unsuitable for publication or returned to the authors for revision.

Visnyk's Editorial Board adheres to international publishing standards based on the Code of Conduct developed by COPE (Committee on Publication Ethics).

Language of the paper: Ukrainian, Russian, Czech, Polish, English, German, French, Spanish, or Greek.

Length of the paper: research articles should be 10–12 pages including tables and figures; reviews 5–6 pages; event reports 3–4 pages.

Contents, structure and formatting of research articles

Submitted papers should include the following structural components:

- a clearly stated **research problem (and / or research question)** and its theoretical or practical relevance to the area of concern;
- a **critical overview of the recent literature** pertaining to the research topic (please refrain from simply listing works by other authors, instead evaluate their arguments and evidence and point to unresolved issues);
- **the goal of the research article and its objectives;**
- **research results and their discussion;**
- **conclusions and implications for further research** in the field;
- **a list of references including cited works (printed and electronic sources), and further sources such as dictionaries and / or literary sources.**

Article structure

1. **UDC** (Universal Decimal Classification index): in the top left corner of the front page.
2. **Title of the article:** all capital letters; centre alignment; font size 14pt in bold.
3. **The given name(s) and surname of the author(s):** all capital letters; centre alignment; font size 14pt.
4. **Affiliation:** centre alignment; font size 14pt in italics.
5. **Abstracts and key words in Ukrainian and English:** the abstract in Ukrainian of approximately 800–900 characters and 5–6 keywords (if you do not speak Ukrainian, the Editorial Board will kindly assist you with the abstract in Ukrainian once your paper is accepted for publication) and the abstract (a brief summary of your article) in English of approximately 1800–2000 characters. The abstract in English should comply with academic journal indexing databases and include the author's name, the article title, as well as ***Introduction, Purpose, Methods, Results, Conclusion***. The layout of the abstracts is as follows: indented first line in the paragraph, single line spacing, regular font, font size 10pt.

8. The main text of the article should not be less than 8 pages in A4 format: all margins are 1.5 cm, the first line in every paragraph is indented by 1.25 cm, the default font is Times New Roman 12pt, spacing is 1.5 lines.

Please refrain from using any text styles, do not add page numbers, make sure that paragraphs have first line indents (5 characters – 1.25 cm).

Quotations and word definitions should be enclosed in double quotation marks (“word”). A hyphen (-) must be clearly distinguished from an en dash (–), e.g.: “academic discourse – especially its pedagogical aspects ...” but “lexico-grammatical meaning”. Do not replace an apostrophe (’) or quotation marks (“word”) with other symbols. Linguistic examples should be typed in *italics*. Topicality, purpose, and objectives of the study should be underlined and included into the introductory part of the paper. Ellipses in quotations are indicated by [...]. Footnotes are not allowed. Shortenings like e.g., initials like I.I. Petrenko, references to pages like p. 34, etc. should be typed as non-breaking spaces (press Ctrl+Shift+Space).

9. References

References List and in-text citations are organized in accordance to the **APA style** (American Psychological Association Style). Information about the usage of the international standard APA is available at NBUV portal: <http://nbuv.gov.ua/node/929>. Also look at: APA Citation Style (<https://www.lidrary.cornell.edu/research/citation/apa>). It is possible to format references in accordance with APA at the following online automatic sites <http://www.citationmachine.net/apa/cite-a-book> ; <http://www.bibme.org/apa/book-citation/manual>.

The word REFERENCES is typed after the main text in all capital letters; it is aligned on the left and indented by 1.25 cm. The references are listed alphabetically (regular font, size 12pt, spacing 1.5 lines). When needed, a list of DICTIONARIES or LITERARY SOURCES is included with the numbering continued from the previous list, e. g.:

10. REFERENCES (a list of literature transliterated to the Latin script, except for works originally published in the Latin script). To transliterate the Cyrillic script to the Latin script use the software available at: <http://litops.org.ua/links/intrans.htm> .

Paper submission

Please submit to the Editorial Board:

- your paper, which conforms to *Visnyk's* style sheet;
- information about the author(s) in a separate file including: full given name and surname, academic degree, academic rank, affiliation (postgraduate students should mention their year of study), the position held, and contact information (phone number, postal address and e-mail address);
- your Department's or Academic Council's recommendation to publish your paper.

All files are sent to: **knlu-pzs@ukr.net**. Each of these files should be named in English: Article_Radziyevska, Author_Radziyevska Review_Radziyevska, Recommendation_Radziyevska

Papers submitted to the Editorial Board, including rejected ones, are not sent back to the authors.

Executive Secretary – Halyna B.Minchak, Candidate of Sciences (Linguistics).
Tel: +38 (050) 571-32-78, (068) 554-23-79. **Editorial Board**

Комп'ютерна верстка: *Руденко М.В.*
Підписано до друку 30.05. 2018 р. Формат 70x108 1/16
Папір друк. № 1 Спосіб друку офсетний. Умовн. друк. арк. 18,30
Умовн. фарбо-відб. 18,41 Обл.-вид. арк. 18,41
Тираж 100. Зам. № 18 - 212

Видавничий центр КНЛУ
Свідоцтво: серія ДК 1596 від 08.12.2003 р.

Віддруковано "Видавництво Ліра-К"
03115, Київ, вул. Ф. Пушиної, 27
Свідоцтво про внесення до державного реєстру
Серія ДК № 3981.