

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

МОВНІ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ КАРТИНИ СВІТУ

Збірник наукових праць

Випуск 2(53)



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

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР	А. Д. Белова, д-р філол. наук, проф.
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ	Ш. Т. Апридонідзе (Інститут грузинської мови АН Грузії), д-р філол. наук, проф.; Р. Бальсис (Клайпедський університет), д-р філол. наук, проф.; А. І. Бельський (Білоруський державний університет), д-р філол. наук, проф.; І. В. Кононенко (Варшавський університет), д-р філол. наук; В. Д. Старичонок (Білоруський державний педагогічний університет ім. Максима Танка), д-р філол. наук, проф.; В. Б. Бурбело, д-р філол. наук, проф.; І. О. Голубовська, д-р філол. наук, проф.; Н. Ю. Жлуктенко, канд. філол. наук, проф.; В. І. Карабан, д-р філол. наук, проф.; Н. Ф. Клименко, д-р філол. наук, проф.; Н. М. Корбозерова, д-р філол. наук, проф.; Г. Г. Крючков, д-р філол. наук, проф.; О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.; Л. І. Шевченко, д-р філол. наук, проф.; Л. В. Коломієць, д-р філол. наук, проф.; О. І. Чередниченко, д-р філол. наук, проф.
Адреса редколегії	01033, Київ-033, 6-р Т. Шевченка, 14 Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут філології; ☎ (38044) 239-34-71
Затверджено	Вченою радою Інституту філології 274.10.15 (протокол № 2)
Атестовано	Вищою атестаційною комісією України. Постанова Президії ВАК України протокол №1-05/5 від 01.07.10
Зареєстровано	Міністерством юстиції України. Свідоцтво про державну реєстрацію КВ №16155-4627Р від 11.12.09
Відповідальний за випуск	О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.
Засновник та видавець	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02
Адреса видавця	01601, Київ-601, 6-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43; ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28

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

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

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

МОДАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ ДЕОНТИЧНОЇ НЕОБХІДНОСТІ (на матеріалі італійської мови)

У статті розглядаються дискурсивні характеристики модального значення деонтичної необхідності, окреслюється смислова структура засобів його вираження. Встановлено, що в основі модального значення деонтичної необхідності знаходиться диспозиція до розгортання стратегії поведінки суб'єкта, що визначає закономірності розгортання інформації у мікротексті за перцептивним, емотивним, епістемічним векторами.

Ключові слова: модальне значення, деонтична необхідність, смислова структура.

Актуальність дослідження зумовлюється необхідністю комплексного дослідження категорії модальності у сучасній лінгвістиці, що носить поліпарадигмальний характер.

Метою статті є визначення особливостей модального значення деонтичної необхідності у взаємозв'язку зі смисловою структурою засобів його вираження, а також визначення мінімальних смислових розбіжностей цих засобів, що традиційно вважаються повними синонімами.

Об'єкт дослідження становить мікротекст функціонування засобів вираження модального значення деонтичної необхідності.

Предметом дослідження є дискретизація смислового простору мікротексту функціонування засобів вираження модального значення деонтичної необхідності.

Наукова новизна дослідження полягає у першій спробі розкриття смислової структури модального засобу в аспекті встановлення взаємозалежності між його семантикою як згорнутою структурою та параметрами мікротексту його функціонування.

Постановка загальної проблеми та її зв'язок з науковими завданнями. У нашій концепції ми визначаємо категорію модальності як чотирирівневе утворення: модальне когнітивно-семантичне поле – модальне значення – модальна одиниця – сукупність її функціонально-семантичних варіантів. На відміну від концепції

функціонально-семантичного поля (ФСП) О.В. Бондарка [Бондарко 1990], ми постулюємо сполучення модальної одиниці з модальним полем не безпосередньо, а через модальне значення. *Модальне поле* є абстрактною сутністю, в основі якого міститься бінарна опозиція. Її нейтралізація відбувається не відразу, а є процесом, прослідкувати який можна лише у мікротексті функціонування модальної одиниці. *Модальне значення* визначається за сукупністю параметрів, які каузують зняття невизначеності опозиції модального поля. *Модальна одиниця* розглядається в аспекті взаємозалежності її семантики як згорнутої структури та параметрів мікротексту функціонування у приядерній зоні (безпосередня сполучуваність), на ближній периферії (рівень висловлення, до складу якої входить модальна одиниця, або суміжного висловлення), та на периферії (рівень мікротексту). *Функціонально-семантичний варіант* модальної одиниці визначаються після її дослідження у мікротексті і побудови моделей мікротексту. В основі назви моделі мікротексту знаходиться провідна група модусів. У результаті взаємодії епістемічного модусу з перцептивним, емотивним, волітивним, аксіологічним та поділу ментальної діяльності на синтетичну та аналітичну за Л.С. Виготським [Виготський 2000, 200], потенційно маємо дві синтетичні моделі (сенсорно-рефлексивного синтезу, сенсорно-емотивно-рефлексивного синтезу) та чотири аналітичні (рефлексивізації перцепції, рефлексивізації емотивності, рефлексивізації волітивності, рефлексивізації аксіологічності). Розгортання інформації у мікротексті за певними векторами (перцептивним, емотивним, епістемічним, волітивним, аксіологічним), характер внутрішньофразової та трансфрастичної зв'язності уможлиблює відстеження процесу смислотворення модальної одиниці. На відміну від усіх інших концепцій поля, ми виносимо *принцип ядра та периферії у мікротекст*: ядром є модальна одиниця, приядерну зону складає її безпосередня сполучуваність, ближню периферію – різнорівневі мовні засоби модального висловлення, периферію – мікротекст. Точкою відліку при розкритті смислової структури модальної одиниці є її *семантика* та зв'язок з *опозицією модального поля*.

В основі КСП необхідності знаходиться поняття 'необхідність', а шкалою виміру модального поля є опозиція 'індетермі-

нованість vs детермінованість". Онтологічний статус явищ, дій та подій розглядається з позицій ступеня детермінованості. Модальні значення, що структурують модальне поле, виявляють ступінь детермінованості *різною мірою* (включаючи антидетермінованість). Кожне з модальних значень можна представити за формулою: *необхідність, контамінована X*, де *X* – чинник контамінації, що відображає характер детермінованості волевияву [Охріменко 2012, с. 317–318]. Адже невід'ємним складником необхідності є волевияв суб'єкта, спрямований на реалізацію бажаної ситуації, що включається у категоріальну ситуацію необхідності [Цейтлин 1990, с. 144].

Ми розглядаємо волевияв у ширшому розумінні, не ототожнюючи його лише з суб'єктом, що усвідомлює повністю волевияв і здійснює контроль дій волітивною сферою. Запропонований підхід передбачає: 1) розгляд суб'єкта як багатовимірної сутності (суб'єкт як частина природи, конкретний суб'єкт, узагальнений суб'єкт); 2) різний характер волевияву (відсутність волевияву, підсвідомий волевияв, аспонтанний волевияв, свідомо контрольований волевияв); 3) чинники детермінованості волевияву: зв'язок волітивного модусу з перцептивним, емотивним, епістемічним, аксіологічним.

У комплексному дослідженні волевияву в когнітивно-функціональному аспекті на матеріалі 56 неспоріднених мов встановлено мовні засоби, що максимально наближаються до волевияву і можуть вважатися засобами його вираження: конструкції з епістемічними, емотивними, перцептивними предикатами, а також засоби вираження цілеспрямованих дій [Ханина 2004, с. 139–142], що підтверджує нашу гіпотезу. Виходячи з презумпції про вихідну когнітивну вмотивованість мовної форми, що передбачає реконструкцію когнітивної структури, яка знаходить вербальне вираження [Кибрик 2008], ми досліджуємо взаємодію волітивного модусу з перцептивним, емотивним, епістемічним, аксіологічним в аспекті впливу на ступінь детермінованості як основної характеристики модального поля необхідності.

Ми розрізняємо модальне значення деонтичної необхідності та модальне значення деонтичної необхідності кванторної всезагальності (останнє є пов'язаним виключно з законодавчими

текстами та інструкціями). Власне деонтична необхідність стосується дій конкретного, а не узагальненого суб'єкта, і параметри мікротексту деонтичної необхідності суттєво відрізнятимуться від параметрів мікротексту деонтичної необхідності кванторної всезагальності.

Зазначимо, що деонтична необхідність знаходиться ближче до диспозитивної необхідності, ніж до деонтичної необхідності кванторної всезагальності. Параметрами деонтичної необхідності, що розглядатимуться в аспекті їх впливу на структурування інформації в мікротексті, є: суб'єкт (конкретний); характер детермінованості волевияву; зв'язок волітивного модусу суб'єкта, що оцінюється з позицій модальності, з іншими модусами, зокрема, з аксіологічним та епістемічним.

Найчастотнішими мовними засобами вираження цього модального значення в італійській мові є: модальні конструкції *dovere* + інфінітив, *aver da* + інфінітив, *essere obbligato a* + інфінітив – 'бути повинним (мусити)', *sentire il dovere di* + інфінітив – 'відчувати необхідність (повинність)'. Розглянемо їх внутрішню форму. Модальне дієслово *dovere*, що входить до складу найуживанішої конструкції *dovere* + інфінітив, походить від лат. *debēre*, складеної форми від *de habēre* 'володіти чимось, отриманим від інших', отже, позначає 'бути зобов'язаним повернути (взяте у борг)' [IDDLI, р. 686]. Сема інклюзивності, властива латинському етимону, збереглася і у сучасній італійській формі *dovere*. Ця сема експліцитно вербалізується у модальній конструкції *aver da* + інфінітив, до складу якої входить дієслово *avere* 'мати, володіти'. В англійській мові італ. *dovere* має відповідники *must* та *have to*, останній з яких також містить сему інклюзивності. Англ. форма *have to* протиставляється італійській *aver bisogno* 'мати необхідність' за параметрами "інклюзивність vs привативність". До речі, в результаті комплексного дослідження неспоріднених мов виявлено, що в деяких мовах посесивність і волевияв є значенням, що виражається однією формою [Ханина 2004, с. 132].

Ми розглянемо модальні конструкції *dovere* + інфінітив, *aver da* + інфінітив, *sentire il dovere di* + інфінітив в аспекті взаємозалежності між їх семантикою як згорнутою структурою та параметрами мікротексту функціонування.

1. Модальна конструкція *sentire il dovere di* + *infinitiv* у складі моделі сенсорно-емотивно-рефлексивного синтезу. Параметрами кореферентної дійсності ситуації є: ситуативність *hic et nunc*; диспозиція в аспекті міжсуб'єктної взаємодії; порушення деонтичних норм стосовно суб'єкта (основний параметр); негативний емоційний стан суб'єкта; усвідомлення необхідності реакції на порушення комунікативних / поведінкових норм з метою регулювання міжособистісних стосунків. Проілюструємо прикладом.

"La signorina parla magnificamente il francese", fece quasi in tono di domanda Alfonso. Nessuno si curò di rispondergli ed egli tacque riconoscendosi sciocco e noioso. Aiutata dalla cameriera, Annetta servì il tè. Con Macario ella insistette che prendesse anche qualche cosa d'altro; incaricò la cameriera di porgere una tazza ad Alfonso gli occhi del quale brillarono dell'ira. Cominciava a sentire il dovere di reagire (...) (Svevo UV, p. 39). Альфонсо, якого вперше запросили додому до його начальника, зазнає зневажливого ставлення з боку його доньки. Він потребує підтримки, у його репліці з'являються питальні інтонації, проте його висловлення залишаються поза увагою і він замовкає. Зневажливе ставлення з боку комунікантів викликає у мовця негативні емоції, що здійснюють акумулюючий вплив на мовця, і зрештою він відчуває необхідність відреагувати певним чином (*Cominciava a sentire il dovere di reagire*). Відмічено, що лексема 'зобов'язання' імплікує не емоційне відношення суб'єкта, а наявність конфлікту між особистим бажанням та нормативними вимогами [Кошелев 2000, с. 123]. У проаналізованому прикладі йдеться саме про емоційне реагування суб'єкта, спрямоване на відновлення справедливості (норми стосовно мовця порушуються).

Параметрами текстового корелята даної моделі є: полімодусність – контамінація епістемічного, емотивного, волітивного, аксіологічного модусів; *емотивні текстові сегменти* на позначення зростання інтенсивності прояву негативного емоційного стану суб'єкта; *епістемічні текстові сегменти* на позначення усвідомлення суб'єктом, що оцінюється з позицій модальності, порушення стосовно нього комунікативних (ціннісних) норм; *волітивні текстові сегменти* на позначення волевияву суб'єкта, спрямованого на зміну існуючого стану справ; *аксіологічні тек-*

стові сегменти на позначення місця порушення норм стосовно суб'єкта в його системі цінностей; частотність вживання лексичних одиниць семантики зміни, трансформації (*reagire, cambiare*); модальні засоби деонтичної необхідності у ролі маркера емотивно, епітсемічно та аксіологічно контамінованого волевияву суб'єкта, спрямованого на зміну існуючого стану речей, пов'язаного з порушенням ціннісних норм.

2. Модальна конструкція *dovere + infinitiv* у складі моделі рефлексивізації волітвності. В основі кореферентної дійсності ситуації є диспозиційна установка суб'єкта, спрямована на бажаний фрагмент дійсності, що ґрунтується на епістемічному стані знання, усвідомленому волевияві, узгоджується з системою цінностей. Визначений епістемічний стан та волевияв суб'єкта можуть бути спрямовані на диспозицію власне суб'єкта (суб'єктивно орієнтована диспозиція) або на зміну епістемічного стану та волевияву іншого суб'єкта (диспозиція, орієнтована на міжсуб'єкту взаємодію). Наприклад:

*Devo vestirmi e tornare a casa, ma fatico a lasciare quella pece che ci tiene prigionieri (...) Domani parto, **devo** intervenire a un congresso di chirurgia oncologica, ma non ho nessuna voglia di andarci (...) E più tardi, nel cuore della notte, sto correggendo la mia relazione, la scorro, vado avanti e indietro con un lapis rosso, sottolineo, casso, aggiungo, le telefono (Mazzantini, p. 111).* У мікротексті описується необхідність виступу мовця на медичному конгресі. Наступне висловлення містить опис дій, спрямованих на підготовку до виступу, пов'язаних з корекцією тексту доповіді. Відмітимо трансфрастичну модальну контамінацію висловлень деонтичної необхідності (*Devo vestirmi → devo intervenire*).

Параметрами текстового корелята моделі мікротексту є: полімодусність: контамінація епістемічного, волітвного, аксіологічного модусів; *епістемічні текстові сегменти* на позначення усвідомлення планування та послідовності виконання дій, що узгоджуються з волевиявом; *волітвні текстові сегменти* на позначення волевияву суб'єкта, спрямованого на бажаний фрагмент дійсності; *аксіологічні текстові сегменти* на позначення місця бажаних дій в системі цінностей суб'єкта; висока частотність вживання лексичних одиниць, що приєднуються до інфіні-

тиву модального дієслова *dovere*: цілеспрямованого руху, місцезнаходження у сполученні з темпоральними / локативними маркерами), *verbā dicendi*, позитивної оцінки бажаного результату, уточнення; модальні засоби у ролі маркера епістемічно та аксіологічно контамінованого волевияву суб'єкта як розгортання стратегії поведінки.

Розглянемо модальну конструкцію *aver da + infinitiv* в аспекті взаємозалежності між її семантикою як згорнутою структурою та параметрами мікротексту функціонування.

У *приядерній зоні aver da + infinitiv* сполучається з дієсловом *fare*, *verbā dicendi* (*dire, informare, parlare, rispondere*), дієсловами епістемічної семантики (*pensare, sapere*), темпоральними маркерами на позначення незначного проміжку часу (*subito, presto*). Наведемо приклади: (...) *vengo da lei per sapere come ho da fare per ottenere giustizia* (Manzoni, p. 50). *Cosa ho da informare?* (Manzoni, p. 306).

У *ближній периферії* вживаються дієслова цілеспрямованого руху (*venire, partire*), лексичні одиниці контамінованої емотивно-волітивної семантики на позначення цілеспрямованого очікування (*aspettare*), лексичні одиниці волітивної семантики на позначення волевияву (*volere, desiderare*), диспозиції до дії (*essere pronto a*), досягнення мети (*riuscire, ottenere*). Наприклад: *"Ve'... dille che ho da parlarle, che l'aspetto nella stanza terrena, e che venga subito"* (Manzoni, p. 43). Частотним є вживання у ближній периферії лексичних одиниць – класифікаторів абстрагованої семантики: *famiglia, lavoro, giustizia, fatti*. Наприклад: *La bricconeria l'hanno fatta a me; e vengo da lei per sapere come ho da fare per ottenere giustizia* (Manzoni, p. 50). *"eh messere! faccia anche lei come può; fortunato lei che non ha da pensare alla famiglia; s'aiuti, s'ingegni"* (Manzoni, p. 579).

Відмітимо функціонування у ближній периферії модальної конструкції деонтичної необхідності кванторної всезагальності *dovere + infinitiv* та модальних засобів привативної необхідності (*bisognare, occorrere, aver bisogno di*). Наприклад: *Bisogna aver subito qualcosa di chiaro da rispondere e cosa ho da rispondere io?* (Manzoni, p. 340). Для *периферії* характерним є

вербалізація інформації про планування виконання дій, що узгоджуються з волевиявом суб'єкта та ситуативними обставинами.

Розглянемо взаємозалежність між модальною конструкцією *dovere* + інфінітив та параметрами мікротексту її функціонування. У *приядерній* зоні модальне дієслово сполучається з *verbā dicendi* (*affermare, aggiungere, ammettere, comunicare, dire, notare*); у такий спосіб утворюються метатекстові оператори. Наведемо приклади: *e debbo dire che quell'idea che fosse morto da due anni circolò come notizia vera per tutta la cristianità per molto tempo (...)* (Eco, p. 297). (...) *e devo ammettere che si comportò da buon laico* (Eco, p. 103). *Verbā dicendi* співвідносяться з категорією знання [Рябцева 1988, с. 227], отже сполучення *dovere* з цим класом дієслів утворює епістемічний вектор.

Модальне дієслово *dovere* часто уживається в кондиціоналі, що зазвичай містить приєднувальний компонент позитивної аксіологічної семантики або модальне дієслово *sapere* як відображення контамінації волітивного модусу аксіологічним та епістемічним. Наприклад: *Tu però – soggiunse Bronzetti – non dovresti fare il comodo a Liberti* (Capuana IPN, p. 61). *E devi sapere che io a quelli di ventun anni, se mi pare li faccio stare al mio comodo, come fossero guaglioni* (Morante, p. 189). *Non è per la paura del diavolo che si deve esser buoni*, Lindina (Luanto, p. 20). Має місце сполучуваність з модальним прислівником кванторної всезагальності *assolutamente*. Наприклад: *Bellissimo, ma devo assolutamente fare una doccia* (Moccia HV, p. 33).

Високочастотною є сполучуваність *dovere* з інфінітивом семантики цілеспрямованого руху (*andare, partire, recarsi*). Наприклад: – *Dobbiamo andare lontano?* – *domandò Toralda* (Capuana IPN, p. 61). (...) *esiste sempre la procedura tradizionale: ci si deve recare in banca, posta o da un concessionario della riscossione (...)* (Oggi N 17 / 04.2004, p. 137). Модальне дієслово сполучається також з лексичними одиницями семантики інклюзивності (*consegnare, dar conto, dar notizia, avvertire, confessare*) на позначення зміни епістемічного стану адресата. Наприклад: (...) *egli dovrà confessarti che non ne sa più di te e di me, nè del più ignorante dei contadini* (Capuana IPN, p. 67).

Також має місце сполучуваність з дієсловами семантики ініціальності (*cominciare, iniziare*) та темпоральними маркерами на позначення точки відліку (*ormai, da questo, a partire da*). Наприклад: *Perchè non hai saputo farmi forte come te? Dovevi cominciare da questo* (Capuana R, p. 7).

Для ближньої периферії характерним є сполучення модального дієсловами з інфінітивом на позначення місцезнаходження (*trovarsi*), уточнення (*stabilire, fissare, precisare, accordarsi*), а також вживання синонімічної модальної конструкції *aver da* + інфінітив у препозиції. Приклади було наведено у складі моделі мікротексту.

Для периферії характерним є розгортання текстових векторів з інформацією про планування суб'єктом виконання дій, що узгоджуються з волевиявом. При цьому емотивний текстовий вектор зазвичай не вербалізується.

Розгляд взаємозалежності модальних конструкцій *dovere* + інфінітив та *aver da* + інфінітив від параметрів мікротексту їх функціонування дозволяє виявити мінімальні смислові розбіжності між ними. Для *aver da* + інфінітив детермінованість волітивного вектору епістемічним та аксіологічним дещо послаблюється. Тому для *aver da* + інфінітив не є характерним вживання у кондиціоналі та сполучення з модальним маркером кванторної всезагальності *assolutamente*, що є властивим *dovere* + інфінітив. Натомість уживаною є *aver da* + інфінітив у риторичних запитаннях та квеситивах. Також до ближньої периферії *aver da* + інфінітив потрапляють модальні засоби привативної необхідності (*bisognare, occorrere, aver bisogno di*) та заперечний епістемічний модус (*non sapere*).

Висновки. В основі модального значення деонтичної необхідності є диспозиція до розгортання стратегії поведінки суб'єкта з визначеним епістемічним станом та аксіологічно контамінованим волевиявом. Відхилення від прототипу модального значення відбувається у разі порушення ціннісних норм відносно суб'єкта: має місце так звана антидетермінованість волевияву аксіологічністю. Тоді модальне значення структурується не лише визначеними епістемічним, волітивним, аксіологічним компонентами, але й емотивним компонентом. У цьому разі диспозиція суб'єкта спрямовується на зміну небажаного фрагмента дійсності: суб'єкт прагне до корекції *status quo*.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бондарко А. В.* Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность: [коллективная монография в 6 т. / отв. ред. Александр Владимирович Бондарко / Беляева Е. И., Корди Н. Н., Цейтлин С. Н. и др.]. – Ленинград: Наука, 1990. – 263 с.
2. *Выготский Л. С.* Психология: [сб. осн. тр.] / Лев Семенович Выготский; [предисл. Н. Е. Веракса] – [переизд.]. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 1008 с. (Серия "Мир психологии").
3. *Кибрик А. Е.* Лингвистическая реконструкция когнитивной структуры / А. Е. Кибрик // Вопросы языкознания / отв. ред. Татьяна Михайловна Николаева. – М.: Наука, 2008. – № 4. – С. 51–77.
4. *Кошелев А. Д.* О языковом концепте 'долг' / А. Д. Кошелев // Логический анализ языка: Языки этики: сб. науч.-аналит. обзоров / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко, Н. К. Рябцева. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 119–124.
5. *Охріменко В. І.* Онтологія та гносеологія категорії модальності в італійській мові: Дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.05 "романські мови" / Валерія Ігорівна Охріменко. – КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2012. – 612 с.
6. *Рябцева Н. К.* Противопоставления в классе когнитивов / Надежда Константиновна Рябцева // Логический анализ языка. Прагматика и проблемы интенциональности: сб. науч.-аналит. обзоров / отв. ред. Нина Давыдовна Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – С. 225–243.
7. *Ханина О. В.* Желание: когнитивно-функциональный портрет / О. В. Ханина // Вопросы языкознания / отв. ред. Татьяна Михайловна Николаева. – М.: Наука, 2004. – № 4. – С. 122–154.
8. *Цейтлин С. Н.* Необходимость / С. Н. Цейтлин // Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность: [коллективная монография в 6 т. / отв. ред. Александр Владимирович Бондарко / Беляева Е. И., Корди Н. Н., Цейтлин С. Н. и др.]. – Л.: Наука, 1990. – С. 142–157.
9. *Il Dizionario della lingua italiana (IDDLI)* / Giacomo Devoto, Gian Carlo Oli. – [2-a ediz.] – Firenze: Le Monnier, 2000–2001. – 2390 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Capuana L.* Istinti e peccati. Novelle [Risorsa elettronica] : Tratto da: "Istinti e peccati" di Luigi Capuana. – Catania: Minerva, 1914. – Режим доступу: http://www.lieberlieber.it/biblioteca/c/capuana/istinti_e_peccati_novelle/pdf/istint_p.pdf
2. *Capuana L.* Rassegnazione [Risorsa elettronica] : Tratto da: "Rassegnazione" di Luigi Capuana. – Milano: Treves, 1907. – Режим доступу: http://www.lieberlieber.it/biblioteca/c/capuana/rassegnazione/pdf/rasseg_p.pdf
3. *Eco U.* Il nome della Rosa / Umberto Eco. – Milano: Tascabili Bompiani, 2006. – 539 p.

4. *Luanto R.* La scuola di Linda [Risorsa elettronica]: Tratto da : "La scuola di Linda" di Regina di Luanto. – Torino : L. Roux e C. Edit., 1894. – Режим доступу: http://www.lieberlieber.it/biblioteca/r/regina_di_luanto/la_scuola_di_linda/pdf/la_scu_p.pdf
5. *Manzoni A.* I promessi sposi / Alessandro Manzoni. – Milano : Mondadori, 1985. – 816 p.
6. *Mazzantini M.* Non ti muovere / Margaret Mazzantini. – Milano : Mondadori, 2003. – 295 p.
7. *Moccia F.* Ho voglia di te / Federico Moccia. – Milano: Feltrinelli, 2006. – 415 p.
8. *Morante E.* L'isola di Arturo / Elsa Morante. – Torino: Einaudi, 1957. – 379 p.
9. *Svevo I.* Una vita / Italo Svevo. – Milano: Oscar Mondadori, 1985. – 395 p.
10. *Oggi:* settimanale di politica, attualità e cultura / ed. Paolo Occhipinti. – N. 17 / 21.04.2004. – 162 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. И. Охрименко, д-р філол. наук, проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Модальное значение деонтической необходимости (на материале итальянского языка)

В статье рассматриваются дискурсивные характеристики модального значения деонтической необходимости, определяется смысловая структура средств его выражения. Установлено, что в основе модального значения деонтической необходимости находится диспозиция к развертыванию стратегии поведения субъекта, что определяет закономерности разворачивания информации в микро-тексте за перцептивным, эмотивным, эпистемическим векторами.

Ключевые слова: модальное значение, деонтическая необходимость, смысловая структура.

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

Modal meaning of deontic necessity in Italian

The article deals with discursive characteristics of modal meaning of deontic necessity, the sense structure of their means of expression is defined. It was ascertained that the modal meaning of deontic necessity is based on the disposition to expansion of strategy of subject's behavior. It determines appropriateness's of filling of perceptive, emotive, epistemic microtext vectors.

Key words: modal meaning, deontic necessity, sense structure.

СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛЕКСЕМИ GLAMOUR В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (на матеріалі словникових дефініцій)

У статті проводиться семантичний аналіз англійської лексики glamour на матеріалі словникових визначень з метою уточнення її етимології, виявлення її основних сем і значень. Описуються слова, що асоціативно співвідносяться з лексемою glamour, робиться спроба визначити головні компоненти для виявлених груп.

Ключові слова: лексема, дефініційний аналіз, семантичне значення, сема.

У кінці ХХ століття в сучасному мовознавстві відбулася значна зміна пріоритетів, яка полягає у спрямуванні наукового інтересу до людського чинника в мові. Сьогодні однією з найбільш актуальних проблем в сучасній лінгвістиці є мовна концептуалізація дійсності.

У межах цієї галузі лінгвістики працювали і продовжують працювати такі визначні лінгвісти, як Ю. Д. Апресян, Н. Д. Арутюнова, А. Вежицька, С. Г. Воркачев, Т. А. ван Дейк, В. З. Дем'янков, Р. Джакендофф, В. І. Карасик, О. С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Р. Лангакер, Д. С. Лихачов, Ю. С. Степанов, В. М. Телія та ін.). У своїх дослідженнях вчені розглядають мовні способи репрезентації знань, мовні процедури оперування знаннями, ментальні структури та процеси у свідомості, однак, саме концепту приділяється найбільша увага. Одним з засобів вербалізації концепту виступає лексема, причому задля отримання вичерпного уявлення про концепт лексична одиниця має вивчатися з точки зору її етимології, семантики та функціонування в дискурсі.

Актуальність нашого дослідження зумовлена відсутністю лінгвістичних розвідок, присвячених лексемі *glamour*, хоча вона є значущою для деяких соціальних груп сучасного суспільства, про що свідчить, наприклад, віднесення її до широкого спектру предметів і явищ: одягу, аксесуарі, інтер'єру, манери поведінки людини.

Метою дослідження є проведення дефініційного аналізу лексеми *glamour* на базі словникових визначень.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні висувуються такі завдання:

- відбір лексикографічного матеріалу;
- розгляд етимології лексеми *glamour*;
- виокремлення найбільш частотних дефініцій;
- виявлення основних, ключових значень та сем.

Об'єктом дослідження в даній статті є англійська лексема *glamour*.

Предметом дослідження є семантика лексеми *glamour*, представлена в сучасних словниках англійської мови.

Наявність різноманіття дефініцій у різних словниках є свідченням того, що зміст лексеми, її понятійна наповненість не може бути строго фіксованою. Основний матеріал, на базі якого аналізується лексема *glamour*, – 29 дефініцій, взятих з 13 тлумачних словників англійської мови: Oxford Dictionary of the English Language (ODEL); Webster's New World College Dictionary (WNWCD); Cambridge Advanced Learner's Dictionary (CALD); The American Heritage Dictionary of the English Languages (AHDEL); Wictionary (WIKI); Random House Kernerman Webster's College Dictionary (RHKWCD); Longman Dictionary of Contemporary English (LDCE) та ін.

Перш ніж приступити до семантичного аналізу лексеми *glamour*, ми звернулися до історико-етимологічного словника [20, 198], щоб визначити її походження та первісне значення:

"Історія слова *glamour* починається в латинській і грецькій мовах: грец. *γραμματική* → *grammatica* (Latin) → *gramaire* (Old French) → *grammaire* (French) → *gramery* (Middle English) → *grammar* (English) → *glamour* (Scottish) → *glamour* (modern English) (див. "Webster's word histories", "Stories behind words", а також словники з списку використаної літератури). Латинське слово *Grammatica*, як і його варіант в старофранцузькій мові (*Gramaire*), спочатку позначало вивчення мови, потім літератури, а згодом воно використовувалося як синонім знання в цілому. З цим значенням слово з старофранцузької перейшло у французьку мову (*Grammaire*) і далі – за часів норманського за-

воювання Англії – в середньоанглійську (Gramery). Зокрема, цим же терміном позначали вивчення магічних мистецтв, володіння алхімією, чаклунством, магією" [5].

Саме в цьому новому значенні і відбувається його перша письмова фіксація:

"When devils, wizards or jugglers deceive the sight, they are said to cast **glamour** o'er the eyes of the spectator" (1725) [7, с. 108].

Отже, етимологія лексеми *glamour* вказує на значення magic, spell, bewitchment, enchantment, яке з'явилося в результаті фонетико-графічної деформації і логічного переосмислення слова grammar, що сталося внаслідок існування асоціації між ерудицією та начитаністю з окультної діяльності. Таким чином, слово *glamour* в англійській мові є дещо розмитим та приреченим на дефініційну невизначеність і відсутність різких концептуальних кордонів. Складність інтерпретації лексеми *glamour* полягає не в "гібридності", тобто її багатозначності, а в розмитості її семантики.

Аналіз дефініцій показує, що в даний час у зміст субстантива *glamour* включено більше конкретних характеристик, що призводить до невиправданого збільшення об'єму словникових тлумачень, наприклад:

- **Glamour** (визначення з Webster's New World College Dictionary)
 - archaic: a magic spell or charm
 - seemingly mysterious and elusive fascination or allure; bewitching charm
 - elegance, luxury, high fashion, etc. or their aura around a person, situation, etc. [19].
- **Glamour** (визначення з Random House Kernerman Webster's College Dictionary)
 - the quality of fascinating, alluring, or attracting, esp. by a combination of charm and good looks.
 - excitement, adventure, and unusual activity: the glamour of being an explorer.
 - magic or enchantment; spell; witchery.
 - suggestive or full of glamour: a glamour job in television [15].

➤ **Glamour** (визначення з Oxford Dictionary of English)

1. (n.) An attractive or exciting quality that makes certain people or things seem appealing.

1.1. Beauty or charm that is sexually attractive

1.2. [as modifier] Denoting or relating to sexually suggestive or mildly pornographic photography or publications

2. [archaic] Enchantment; magic [14].

У відповідь на таку розбіжність значень (одні словники виділяють 3, інші – чотири дефініції) було прийнято рішення врахувати тільки найбільш частотні і значущі дефініції.

Отримані в ході дефініційного аналізу дані можна розмістити в таблиці. За основу нами були взяті дані з семи тлумачних загальних словників англійської мови, видані протягом 1913–2010 років, цифрами позначається порядок проходження словникових значень в кожному з лексикографічних джерел. В дійсності, значення, вказані в таблиці, є абстрагованими узагальненими ознаками, виділеними шляхом індукції на основі дослідження представницького обсягу посібників лексикографічного характеру:

- 1) magic, spell, bewitchment, enchantment;
- 2) attractive exciting appearance / quality of smth.; romantic charm;
- 3) a person's beauty or attractiveness.

Dictionary Definition	ODEL	WNWCD	CALD	AHDEL	WICI	RHKWCD	LDCE
magic, spell, bewitchment, enchantment	2 (arc- haic)	1 (arc- haic)	–	2 (arc- haic)	1 (arc- haic)	2	–
attractive exciting appearance/ quality of smth.; romantic charm	1	2	1	1	2	1	1
a person's beauty or attractiveness		–			–	–	–

Загалом, область денотативних характеристик іменника *glamour* охоплює світ спостережуваний, тобто все те, що сприймається зором і сприйняття чого приносить естетичну насолоду. Як наприклад в книзі "Edie : American Girl" – відома біографія, написана Жаном Штайном, головна героїня Еді Седжвік описується як аристократична та гламурна дівчина, яка своєю привабливістю зачаровувала всіх на своєму шляху. Вербально це актуалізується у наступному прикладі:

"She couldn't really cope with the day-to-day reality, and she always needed to have friends who understood that. Edie provided the **glamour**, you see, and the *glitter* ... when she walked into some place, the whole room turned. And if they didn't, she'd do something in the next twenty second that would make them. She'd giggle or she'd dance and spin around" [23, 176].

Невербальне втілення гламуру можна знайти в ілюстрованих журналах моди:



[22]

На фотографіях елементами гламурного життя 60-х років виступають чорна міні-сукня, масивні прикраси, яскравий макіяж (підводка для очей, помада насиченого кольору), а також куріння та вживання алкоголю – все це викликало неабиякий захват у публіки. Еді була світською левицею, моделлю, актрисою, яка постійно перебувала в оточенні великої кількості людей. Її коротко підстрижене волосся платинового кольору та очі підведені

чорним олівцем бездоганно доповнюють її гламурний образ, який завжди викликав естетичну насолоду.

У результаті проведеного нами аналізу лексикографічних джерел, друге (*attractive exciting appearance / quality of smth.; romantic charm*) і третє (*a person's beauty or attractiveness*) значення у словниках часто не розділяються: "an attractive or exciting quality that makes certain people or things seem appealing" [14], "the special excitement and attractiveness of a person, place or activity" [10], "exciting or mysterious attractiveness usually associated with striking physical beauty, luxury, or celebrity" [9].

В асоціативних тезаурусах англійської мови (див. [18], [17], [11], [16]), наведено ряд слів, які співвідносяться з лексемою *glamour* і які об'єднують ті когнітивні ознаки, які характеризують основні, найбільш важливі риси концептуалізованого явища. Іменники, які асоціативно пов'язані зі словом *glamour*, можна умовно і приблизно розподілити за такими групами:

Чарівність, привабливість, зовнішня краса	Момент впливу на людину (заманювання, спокušання, примушення)	Загадковість
Charm (enchantment), allure (lure, allurement), appeal, fascination, attraction (attractiveness), beauty, grace, charisma, magnetism, dazzle	razzle-dazzle, inveiglement, temptation, tantalization, enticement, blandishment, cajolery, inducement, prestige	magic, mystery, spell, sorcery, witchcraft (witchery, bewitchment)

Згідно з наведеною таблицею можна стверджувати, що обов'язковим компонентом для всіх трьох груп є наявність зовнішніх характеристик, моменту впливу на людину, відповідної думки про когось/щось, опис ситуації.

Отже, аналіз сучасних тлумачень імені *glamour* дозволяє зробити висновок, що незважаючи на тривале існування лексеми *glamour* в англійській мові та культурі, його ядро залишається незмінним, а всі наступні значення слова *glamour* як би "нанізані" на первинне (magic, spell, bewitchment, enchantment). Ми-

фологічний початок відіграє важливу роль в структуруванні лексеми, саме тому одне з перших значень слова *glamour* в англійській мові, яке автори багатьох словників фіксують як застаріле (archaic), виявляється визначальним при формуванні сучасного інформаційного змісту. Емілі Сміт у своїй статті "Glamour's false charm" описує своє власне бачення гламуру : "...glamour colors the way we see the world and changes how we want to experience it. The promise it offers—an escape from the ordinary business of life, communion with beauty, and transcendence—is intoxicating. But it is also dangerous and deceitful. Glamour glosses over reality and presents a picture of how life ought to be. When we try to collect on its false promise, we get in trouble" [8]. Спираючись на таке тлумачення, не дивно, що в структурі лексеми *glamour* переважають ознаки ілюзорності й оманливості, які мають магічне забарвлення.

Таким чином, у зв'язку з багатозначністю слова *glamour* в мовній свідомості формується його досить розмитий, нечіткий образ. Лексема *glamour* виявляється семантично складною мовною одиницею з абстрактним значенням. У сучасному західному суспільстві сформувався особливий культурний тренд, що описується за допомогою лексеми *glamour*, отже можна припустити, що для носіїв англійської мови існує і концепт GLAMOUR, тому перспективним напрямом нашого дослідження може бути проведення концептуального аналізу лексеми *glamour*, опис її етимології, ключових слів, асоціативного поля та історико-культурного фону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 1996. – 104 с.
2. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2009. – 406 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
4. Пименова М. В. Методология концептуальных исследований / М. В. Пименова // Антология концептов под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. – Волгоград: "Парадигма", 2005. – Т. 1. – 352 с.
5. Руссо М. От "грамматики" до "гламура" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа : <http://www.mith.ru>

6. *Limburg P. R.* Stories behind words / P. R. Limburg. – New York : The H.W. Wilson Company, 1986. – 288 p.
7. *Ramsay A.* The gentle shepherd: a pastoral comedy / A. Ramsay. – London : George Cawthorn, British Library, Strand, 1796. – 120 p.
8. *Smith E. E.* Glamour's false charm – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: <http://www.newcriterion.com/articles.cfm/Glamour-s-false-charm-7773>

ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА

1. American Heritage Dictionary of the English Languages / by Bantam Dell. – 4th edition. – New York : A division of Random House, Inc., 2004. – 951 p.
2. Cambridge Advanced Learner's Dictionary / edited by E. Walter. – second edition. – Cambridge : Cambridge University Press, 2005. – 1572 p.
3. Collins English Thesaurus – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english-thesaurus/glamour?showCookiePolicy=true>
4. Longman Dictionary of Contemporary English / edited by Delia Summers. – Harlow : Pearson Education Limited, 2001. – 1668 p.
5. Merriam-Webster's collegiate dictionary / by Merriam-Webster, Inc. – 11th ed. – Springfield : Merriam-Webster, Inc., 2006. – 1623 p.
6. Oxford Dictionary of English / edited by Catherine Soanes, Angus Stevenson. – 2nd ed. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 2088 p.
7. Random House Kernerman Webster's College Dictionary – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: <http://www.kdictionaries-online.com /dictionarypage.aspx?applicationcode=18#&&DictionaryEntry=glamour&SearchMode=Entry>
8. Roget's II: the new thesaurus / by the editors of the American Heritage Dictionaries. – 3rd ed. – Boston : Houghton Mifflin Company, 2003. – 1200 p.
9. Roget's Thesaurus Alphabetical Index – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: <http://www.thesaurus.com/browse/glamour>
10. Webster's Collegiate Thesaurus / by G. & C Merriam Company. – Springfield : G. & C. Merriam Company, 1976. – 944 p.
11. Webster's New World College Dictionary – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: <http://www.yourdictionary.com/glamour#websters>
12. Webster's word histories / by Merriam-Webster, Inc. – Springfield: Merriam-Webster, Inc., 1989. – 526 p.
13. Wictionary, a wiki-based Open Content Dictionary – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: <https://en.wiktionary.org/wiki/glamour>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Edie Sedgwick photos – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документа: http://www.arts-wallpapers.com/people/edie_sedgwick/
2. *Stein J., Plimpton G.* Edie : American Girl / Jean Stein – New York, NY : Grove Press, 1994. – p. 176

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Є. В. Пастух, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

**Семантичний аналіз лексеми *glamour* в англійському мові
(на матеріалі словарей дефініцій)**

*В статті здійснено семантичний аналіз англійської лексеми *glamour* на матеріалі словарних визначень з метою уточнення її етимології, виявлення основних сем і значень. Описуються слова, які асоціативно стосуються з лексемою *glamour*, робиться спроба визначити головні семантичні компоненти лексем виявлених груп.*

Ключові слова: лексема, дефініційний аналіз, семантичне значення, сема

E. Pastuch, PhD Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Semantic analysis of lexem "*glamour*" in English
(based on the dictionary definitions)**

*The author considers dictionary definitions of the English lexeme "*glamour*" in order to clarify its etymology, to identify its meanings and semes. The attempt is made to describe the related words associated with a given lexeme "*glamour*" and identify main components of lexemes of the identified groups.*

Keywords: lexeme, definitional analysis, semantic meaning, seme.

УДК: 81'255.4=162.1=161.2 П. Свенціцький

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

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДІВ ПАВЛИНА СВЕНЦІЦЬКОГО

У статті розглянуто перекладацький доробок письменника польсько-українського пограниччя Павлина Свенціцького. Головну увагу присвячено його перекладам повістей "Інститутка" і "Чари" Марка Вовчка, "Маруся" Г. Квітки-Основ'яненка, домінантам розмовної мови у них, аспектам перекладності – неперекладності, пошукам потрібних лексичних еквівалентів, його коментарям і передмовам до окремих видань.

Ключові слова: художній переклад, розмовна мова, адекватність, лексичний еквівалент.

Заборона української мови, переслідування, репресії були протягом десятиліть основною перешкодою на шляху вільного розвитку українського слова, у тому числі в перекладі. Але в умовах Ав-

стро-Угорської імперії, порівняно з умовами в Росії, були принаймні мінімальні можливості для розвитку української преси. Саме в цей час Павлин Свенціцький видає двомовний українсько-польський часопис "Siolo" (протягом 1866–1867 років).

1 липня 1866 р. у Львові видається перший зошит часопису. Після цього світ побачили ще три випуски "Siolo". У вступному слові до першого випуску редактор Павлин відкрито показує свою позицію щодо існування українського народу і його мовної скарбниці, культурних та літературних надбань, які редактори беруть за основу свого видання.

Окрім мети і завдань, які було описано у вступному слові, було укладено і зміст часопису, а для кращого сприйняття українських текстів вжито для української белетристики і польської публіцистики латинський шрифт, друковано всі українські твори українською мовою, а публіцистичні статті – польською. Надзвичайно старанно були підібрані українські літературні твори, що мали репрезентувати український народ польській громадськості. Найбільше друкувалось поезій Тараса Шевченка, були вміщені повісті Григорія Квітки-Основ'яненка, Марка Вовчка, вірші Юрія Федьковича.

Та попри все не можна кваліфікувати "Siolo" як часопис виключно літературний, оскільки ми зустрічаємо в ньому цілу низку статей, які не належать до царини літератури. Окрім творів художньої літератури, чудового українського перекладу початку Несторового літопису [4], монографічно-бібліографічної довідки про Івана Вагилевича (у формі посмертних споминів) [4] у "Siolo" репрезентувалось й досить багато матеріалів на суспільно-політичну тематику.

У кожному номері містився невеличкий словничок із поясненнями – переклади з української на польську. Редактори підбирали найбільш відповідні переклади пестливих слів задля кращого розуміння прочитаного твору.

Волею обставин четвертий номер все ж таки завершив видання часопису. Останнім, надрукованим у IV частині журналу, став вірш, підписаний "В.К.", що називається "Pamięci Tarasa Szewczenki w rocznicę jego skonu". Останні його рядки звучать так:

"Hej! Zasłynie sprawa Boża
W dniewnym porohu –
Duch starego Zaporoża
Zadrga.... Sława Bohu!" [6: 174–177]

Як вже згадувалось вище, з повістей увійшли до часопису "Інститутка" [6: 35–92] та "Чари" [6: 161–172] Марка Вовчка, "Маруся" [4] Григорія Квітки-Основ'яненка. У тому ж виданні побачив світ один епізод повісті Павлина Свенціцького "Колись було" [5: 73–90] українською мовою.

Першим розглянемо переклад "Інститутки" [6: 35–92] Марка Вовчка. Він надрукований в четвертому номері часопису. Наведемо перший абзац перекладу:

"Lude dywujutcia, szczo ja wesela: nadijs, horia-bidy ne znała. A ja z rodu taka wdałasia. Urodyś, każut', ta i wdajsia... Buło mene i bjut' (boday ne zhaduwať!) – ne zderžu sercia, zapłaczu; a rozдумajuś trochy – i smijuś. Buwa łycho, szczo płacze, a buwa, szczo j skacze, – to tak i moje łyszeńko. Jakby meni za kożnoju bidoju mojeju płakaty, dosi-b i oczy ja wypłakała. Bat'ka-materi ne zaznaju; syrotoju zrosła ja pry czużyni u ludziach. Chocz ne buło diła ważkoho, – tak zabuwały pro mene, czy ja ne hołodna, ne chołodna, czy żywa ja..." [6: 35–92]

Порівняймо уривок з оригіналом:

"Люди дивуються, що я весела: надійсь, горя-біди не знала. А я зроду.

така вдалася. Уродись, кажуть, та і вдайся... Було, мене й б'ють (бoday не згадуваť!) – не здержу серця, заплачу; а роздумаюсь трохи – і сміюся. Бува лихо, що плаче, а бува, що й скаче, – то так і моє лишенько. Якби мені за кожною бідою моєю плакати, досі б і очі я виплакала. Батька-матері не зазнаю: сиротою зросла я, при чужині, у людях. Хоч не було діла важкого, – так забували про мене, чи я не голодна, не холодна, чи жива я..." [1: 256]

Переклад правильно відображає зміст і характер оригіналу. Всі розділові знаки (коми, крапки, три крапки, знаки оклику і т. д.) розставлені абсолютно правильно. Вживання такої транслітерації дозволяло зрозуміти не тільки текст, а й показати середовище і мову, живу мову в даному уривку, що була рідною для українського народу.

Наведемо для прикладу інший твір Марка Вовчка – "Чари" [6: 161–172]. Цей твір також надрукований в четвертому номері часопису.

"Starà babùsia bułò roskàzuje nam pro tych ludèj, mow woný w nèi pered oczýma, a samà kàže bułò, szczo czynýłosia te u dàwniu dawnsynù. Otò-ż i hùtoryt', priàduczy wòwnu:

Bez łýcha, kàżut', u swìti ne buwàje: ne mynùła j Chymu łychàja hodýna. Nemà Tymoszà wèczir, nemà j drùhyj, i trètij. Ne spyt' Chyma, chòdyt' po sadòczku, chòdyt', tòpcze pachùczy kwity, szczo samà sadýła j poływàła; pro wse jij bajdùze, bo wełyka tùha-peczàł pryszłà do jiji szczyróho, wìrnoho sèrcia,

Poczynà na swit zajmàtyś. Idè Tymisz ùlycej, wesèlyj; idè pròsto do swojèi chàty." [6: 161-172]

Оригінал:

"Без лиха, кажуть, у світі не буває: не минула й Химу лихая година. Нема Тимоша вечір, нема й другий, і третій. Не спить Хима, ходить по садочку, ходить, топче пахучі квіти, що сама садила й поливала; про все їй байдуже, бо велика туга-печаль прийшла до її щирого, вірного серця.

Почина на світ займатись. Іде Тиміш улицею, веселий, іде просто до своєї хати" [2: 70].

Вибрані нами уривки розпочинають другу частину твору. Але як бачимо переклад не збігається за змістом із оригіналом як у попередньому випадку. Подібний уривок "Starà babùsia bułò roskàzuje nam pro tych ludèj, mow woný w nèi pered oczýma, a samà kàže bułò, szczo czynýłosia te u dàwniu dawnsynù. Otò-ż i hùtoryt', priàduczy wòwnu:..." знаходимо на початку твору: "Давня то давнина, а наче вчора діялось. Молоді літа – сказано: що замолоду чуєш або бачиш, до кінця воно тобі привиджується. Стара бабуса, було, розказує нам, дівчаткам, прядучи вовну, а ми, звісно, наче тобі душею всяке слово вбачаємо, як то колись було на світі, які дива творилися колись-то".

Але Павлин Свенціцький початок твору перекладає так само, як і автор. З цього можемо зробити висновок, що поданий уривок було створено і доповнено перекладачем, задля кращого розуміння твору. Перекладач мов би переказав початок твору, розпочинаючи

другий розділ. Звернімо увагу, що стиль, мова висловлювання абсолютно не відрізняється від оригіналу. Автор вміло доповнив твір не вплинувши на його характерні особливості.

Ще однією відмінністю від попереднього твору можна назвати вживання знаків наголосу майже у кожному слові. Це ще більше показує прагнення автора передати всю красу української мови, ще більше приблизити читачів до реалій, мови та часу, який був описаний в творі.

Наступний уривок взятий із повісті "Маруся" [4] Григорія Квітки-Основ'яненка. Цей уривок знаходиться в першому виданні, хоча твір друкувався поступово окремими частинами у трьох виданнях часопису:

"Tàm johò moròka znàje, jak to mùdro tohdi tanciwaw! Jak że wdraw na prýsiadky, tak nohàmy do zemli ne dotòrkujetcia, to popowz na wkòliszky, to czerez hòlowu perekýnetcia, skaknè, u dolòni plesnè, swýsne, szczo aż w uszach załaszczyć', ta znow u bòky, ta tropaka-tropaka, szczo aż zemłyà hude; a tam stàne

wykýdowaty nohàmy, nenàcze woný jomù powyłòmluwani, a dàli pidskòczyt', ta znow nawprýsiadky, ta koło Pàžky tak kruhòm i wjètcia, ta pryhowòriuje:

Oj diwczyà hòrlýcia,

Do Kozakà hòrnetcia,

A Kozàk jak orèł

Jak pobàczyw, to j umèr." [4]

Оригінал:

"Там його морока зна, як-то мудро тоді танцював! Як же вдарив навприсядку, так ногами до землі не доторкується, – то поповзе навколішки, то через голову перекинеться, скакне, у долошки плесне, свисне, що аж у вухах залящить, та вп'ять в боки, та тропака-тропана, що аж земля гуде; а там стане викидувати ногами, неначе вони йому повиломлювані; а далі підскочить та вп'ять навприсядку, та около Пазьки так кругом і в'ється та приговорює:

Ой дівчина горлиця

До козака горнеться;

А козак, як орел,

Як побачив, та і вмер..." [3: 50–51]

Знову зустрічаємо невідповідність, але в цьому випадку вона пов'язана швидше із тим, що оригінал твору, взятий нами для аналізу, знаходиться у виданні 1982 року, тобто відредагований. Розділові знаки співпадають, зміст – теж. Отже в цьому випадку теж можемо говорити про цілковиту відповідність до оригіналу.

Наступний уривок взято із одного епізоду повісті Павлина Свенціцького "Колись було" [5: 73–90] українською мовою, що був надрукований в часописі:

"– De Ołena? – kryknuw kozak hołosom strasznoji rozpaczci perezcuttia.

Staryj nyszkom pokazaw na wikno rukoju.

Kozak pobaczyw zelenu mohyłu. Staw naczce stina blidyj. – Powahom odwiazaw czeres z czerwinciamy, i kynuw joho Sotnykowy pid hohu.

– Proklatyj! Oś tobi czoho chotiŭ tak! – Widdajże meni jiji teper!...

Staryj poważywsia, i wpaw pid obrazamy. Ne wstaw wże bilsze.

Lude ciłu nicz szcze baczyły kozaka na Ołenynoji mohyli; potom i czutka ob jomu propała." [5: 73–90]

Можемо підсумувати, що Павлин Свенціцький дотримувався розмовної мови, передавав її, так само, як Григорій Квітка-Основ'яненко та багато інших українських письменників, у своїй творчості.

Також хочу звернути увагу на невелику брошуру, яка була видана 1869 року у Львові (із зверненням до читачів, підписаного датою десятого грудня 1868 року) під псевдонімом Павлин Стахурський – "Uwagi nad tłumaczeniem Latopisu Nestora przed Augusta Bielowskiego i J. Wagilewicza"[7]. Всього на п'ятнадцяти сторінках автор виклав всі правки до літопису, а також на першій сторінці подав свої правила перекладу, на які потрібно першочергово звертати увагу.

"Badając przeszłość staro-ruską, nie mogłem pominąć latopisu Nestora..." [7: 1] – такими словами Павлин Свенціцький розпочинає свій вступ до коментарів літопису, вперше перекладеного на польську мову. Як бачимо, автор активно досліджував минуле слов'янських народів, і вже не в перше стикається із самою пам'яткою. "Bliższe rozpatrzenie się w tłumaczeniu ukazało mi pewne odstępstwa od oryginału, które mniemam: sprostować należy, o ile że jak wiem z listu p. Duchnińskiego, w Paryżu przygotowuje się obecnie ponowne wydane latopisu, tyle ważnego

dla Słowian w ogóle, w szczególności zaś dla nas mieszkańców północno-wschodniej okrainy słowiaństwa"[7: 1] – дізнавшись про нове видання перекладеного літопису, Павлин Свенціцький вирішив внести правки, адже він вільно володів польською, українською, російською мовами і вже неодноразово досліджував літопис, а також наголошує на його важливості для всього слов'янства.

Павлин Свенціцький намагається пояснити, що саме підштовхнуло його на видання даних коментарів: "Tłumaczenie latopisu, mojem zdaniem, dwa względy ma na oku: a) ważność historyczną i b) ważność językową – filologiczną. Dla pierwszego potrzeba: wiernego oddania w tłumaczeniu myśli oryginału, bez oglądania się na słowa; dla drugiego niezbędna jest: tłumaczenia dosłowność, z zachowaniem ducha, geniuszu języka"[7: 1]. Автор виділив два правила, якими потрібно керуватись при перекладі літопису – збереження історичних даних і мовних рис. Також вказує на те, що у перекладеному на польську мову літописі дотримано тільки першого правила, тобто в ньому збережено історичні дані, але мову передано не повністю. Як вважає автор, правильно передана мова "... w następstwie swem rzucić może światło i na historję..." [7: 1].

Павлин Свенціцький закликає до детальнішого вивчення мови, якою був написаний літопис, вказує на важливість даного дослідження для історії слов'ян: "Dla badacza języka staroruskiego, dla tego ktoby chciał dowiedzieć się: jaki zachodzi stosunek pomiędzy mową dzisiejszą ukraińską, a tą, która istniała w przeszłości – rzeczą nieźmiernej wagi będzie: dokładna znajomość mowy Nestora; a ponieważ obecnie Polacy głównie badaniami temi zajmują się – dobrze by więc było: w tłumaczeniu wykazać właściwości języka staroruskiego, rzucić światło na przeszłość zamgloną, i tym sposobem zachęcić niejednego, może, do studjów, lub mu w nich dopomódz" [7: 1].

Також звертається до своїх колег та попередників з такими словами: "A nie ma to branem mi być za szczególniejsze o mych wiadomościach zrozumienie; bowiem nie uczyć chcę tych, których uczniem jestem; ale niech będzie wzięta na uwagę: chęć pracownika przysłużenia się nauce, by wielkie dzieło miało niezbędną dlań

dokładność" [7: 1]. Автор не хоче образити перекладачів літопису своїми доповненнями, а тільки звернути увагу і відредагувати друге його видання, щоб переклад був точнішим і ще більше зміг пояснити дослідникам історичні і мовні факти минулого.

Отже, ідейно-художні вимоги до перекладу, якими керувався у своїй діяльності П. Свенціцький, зводилися до наступного: 1) старанно добирати твори літератури, звертаючи особливу увагу на їхню художню та естетичну вартість, їхнє виховне значення та репрезентативну властивість, 2) зберегти і вірно передати засобами мови особливості першотвору, його дух – (а не букву).

Звичайно, що в XIX ст., окрім Павлина Свенціцького, великий внесок в розповсюдження україномовних творів на міжнародній літературній сцені внесли Володимир Терлецький, Казимеж-Юзеф Туrowsький, Лев Венглінський, Діонісій (Денис) Бонковський, Северин Гошинський, Томаш Падура, А. Мальчевський, Богдан Залеський, М. Чайковський та інші не менш відомі культурні діячі пограниччя, що належали до "Української школи" романтиків.

Перекладацькі спроби Павлина Свенціцького відіграли свого часу позитивну роль, стимулюючи в українському суспільстві зацікавлення польською літературою, а в польському суспільстві – зацікавлення українською літературою, та заохочуючи людей пера до праці на літературній ниві, зокрема перекладацькій. Серед творців польсько-українського пограниччя другої половини XIX ст. Павлин Свенціцький вирізняється незвичайною активністю та послідовністю у пропагуванні українських творів та відстоюванні прав існування української мови серед інших мов світу, а також історичних пам'яток та культурної спадщини на міжнародній арені.

Кожна із повістей, в меншій чи більшій мірі, відповідає оригіналу. Мова перекладів максимально чітко передає мову першотвору, в точності до рухомого наголосу, не характерного для польської мови. Зміни, що вводив Павлин до повістей, мали суто пояснювальний характер і нічим не шкодили художній та естетичній вартості твору. Своє прагнення зберегти і вірно передати засобами мови особливості першотвору, його дух, стиль та вартісність Павлин повністю втілює у житті.

Павло Свій, Павло Стахурський, Данило Лозовський – це Павлин Свенціцький після Володимира Антоновича та Максима Рильського був яскравою постаттю того середовища, неймовірно щирою, безпосередньою, закоханою в Україну та її культуру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вовчок М. Оповідання. Казки. Повісті. Роман // Вовчок М. // упор. О. Білявська – К. : Наук. Думка, 1983. – С. 256.
2. Вовчок М. Твори в семи томах // Вовчок М. // упор. П. Г. Приходько, М. С. Сиваченко – К. : Наук. Думка, 1964. – С. 70.
3. Квітка-Основ'яненко Г. Повісті та оповідання. Драматичні твори // Квітка-Основ'яненко Г. // упор. Н. О. Ішина – К. : Наук. Думка, 1982. – С. 50–51.
4. "Sioło", pismo zbiorowe poświęcone rzeczom ludowym ukraińsko-ruskim // pod red. P. Świącickiego – Lwów. Nakładem Kornela Pillera, 1866 – T. I. – 193 s.
5. "Sioło", pismo zbiorowe poświęcone rzeczom ludowym ukraińsko-ruskim // pod red. P. Świącickiego – Lwów. Nakładem Kornela Pillera, 1866 – T. II. – 193 s.
6. "Sioło", pismo zbiorowe poświęcone rzeczom ludowym ukraińsko-ruskim // pod red. P. Świącickiego – Lwów. Nakładem Kornela Pillera, 1867 – T. IV. – 190 s.
7. Stachurski P. Uwagi nad tłumaczeniem Latopisu Nestora przed Augusta Bielowskiego i J. Wagilewicza // Stachurski P. // Nakładem księgarni Gubrynowicza i Schmidta przy placu Św. Ducha I. 43, Lwów, 1869. – 16 s.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. С. Пашковська, студ.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Специфика переводов Павлина Свенцицкого

В статье рассмотрено переводческое наследие писателя польско-украинского пограничья Павлина Свенцицкого. Главное внимание уделено его переводам повестей "Институтка" и "Чары" Марко Вовчок, "Маруся" Квитки Григория Фёдоровича (псевдоним – Основьяненко), доминантам разговорной речи, аспектам переводимости – непереводимости, поискам нужных лексических эквивалентов, его комментариям и предисловиям к отдельным изданиям.

Ключевые слова: художественный перевод, разговорный язык, адекватность, лексический эквивалент.

V. Pashkovska, Student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The specificity of Paulin Svientsitsky's translations

In the article the translation contribution of Paulin Svientsitsky, the writer of Polish-Ukrainian border, is observed. The main attention is devoted to his translations of Marko Vovchko's narratives "Institutka" and "Chary", Gregory

Kvitka-Osnovyanenko's "Marysia", dominants of the colloquial language in their works, aspects of translability and non-translability, to the search of the necessary lexical equivalents, his comments and introductions to the certain editions.

Keywords: translation, colloquial language, adequacy, lexical equivalent.

УДК 81'42 = 161.2 = 162.1

У. І. Перескоцька, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

АНЕКСІЯ КРИМУ У ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

У статті проаналізовано мовний образ півострова Крим у польських ЗМІ. Досліджено когнітивно-лінгвістичні аспекти образу України на прикладі військового конфлікту на основі аналізу мовних засобів, виокремлених із газетно-публіцистичних текстів, поєднаних військовою тематикою, а також колективним польським уявленням про Україну.

Ключові слова: медіалінгвістика, дискурс, концепт, Крим.

Тема дослідження зумовлена двома аспектами нашого сьогодення: мовна політика Польщі та українське інформаційне суспільство.

Концептосфера військового медіадискурсу майже залишається поза увагою дослідників. Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю наукового осмислення та розробки нових парадигм практичного дослідження мови засобів масової комунікації та концептосфери польськомовного медіа дискурсу. **Мета** – на прикладі окремих текстів розглянути, як реальна подія вербалізується у медіафакті, що відображає задум автора, з'ясувати, які когнітивні структури задіяні у польськомовному медіадискурсі.

Для визначення повноти національного образу можна використати кілька чинників. Національний образ у ЗМІ включає 4 складові: спектр, атрибуцію, видимість та валентність. Видимість є показником кількісним і показує, скільки разів висвітлюється у ЗМІ інша країна. Наскільки негативним чи позитивним є ставлення до неї, показує валентність. Спектр визначає напрямок тем, а атрибуція – це є інтерпретація поведінки іншої країни. У нашому дослідженні ми зосередимо увагу на мовному образі учасників конфлікту та представлені його у польських ЗМІ.

Для нашого дослідження ми використаємо публікації за березень 2014 року двох комерційних та найбільш тиражованих тижневиків, які формують світогляд поляків. "Polityka" – соціально-демократичний тижневик, який виходить понад 60 років, має тривалу інтелектуальну традицію, "Newsweek", ліберальний тижневик, є більш доступним для масового читача, виходить більше 10 років. Ми вибрали публікації про події на півострові Крим у період його анексії Росією. Ключовими моментами є: захоплення кримського парламенту невідомими озброєними людьми (27 лютого), перебування "зелених чоловічків" (лютий – березень), проведення референдуму (16 березня) та підписання у Кремлі документа "Договір про прийняття Криму до складу Росії" (18 березня).

На початку березня після кульмінаційного моменту Євро-революції з'являються публікації, де журналісти описують загальний стан України та її окремих регіонів. Образ революції є настільки сильним, що він присутній майже у кожній статті як аргумент журналістів, мешканців та у промовах політиків. Звичайно, ми не будемо аналізувати публікації часу Євромайдану, але почнемо із того, що образ революції був і надалі залишається у ЗМІ точкою відліку змін та реформ в Україні. Уже у перших статтях, де описана ситуація на півострові Крим, журналісти показують, наскільки протилежними та радикальними є настрої мешканців однієї країни, використавши порівняння:

"...W Kijowie ludzie żyją rewolucją...

Na półwyspie krymskim – inna rewolucja – pucz separatystów " [7, 51].

("У Києві люди живуть революцією...

На півострові Крим – інша революція – переворот сепаратистів" (тут і далі переклад автора статті)).

Щоб здійснити комплексний аналіз образу півострова Крим, ми виокремили декілька стереотипних уявлень:

– опосередкований образ мешканця Криму (проросійського);

– молодь та літні люди: "błyska srebrnym zębem", "starsza pani w czapce", "ludzie klaszczą jak szaleni" [7, 52].

("виблискує срібний зуб", "літня жінка у шапці", "люди аплодують як божевільні").

" – Co nam dała Ukraina ? Przez 20 lat tylko okradała!", "większość mieszkańców Krymu była najdalej w Chersoniu czy Odessie", "jak zombi z amerykańskich horrorów" [8, 13].

("Що нам дала Україна? Усі 20 років тільки обкрадала!", "більша частина мешканців Криму була щонайдалі у Херсоні чи Одесі", "як зомбі з американських фільмів").

"Junona, młoda symforopolanka, mówi, że chce, żeby Krym przyłączył się do Rosji. Po chwili zmienia zdanie – chcemy więcej autonomii. Tutaj nikt nie ufa nowym władzom w Kijowie" [6, 14].

("Юнона, молода жителька Сімферополя, говорить, що хоче приєднання Криму до Росії. За хвилину змінює думку – хочемо більше автономії. Тут ніхто не довіряє новій київській владі").

Стереотипний образ мешканця є дуже важливим для нашого дослідження, адже на прагнення місцевих проросійських жителів приєднатись до Росії покладала надії російська влада у своїх зверненнях. Він є ключовим у питанні анексії Криму для журналістів, науковців та усіх зацікавлених цією проблематикою. Отже, жителі Криму – молоді та літні, подеколи неосвічені люди, які часто змінюють свою думку, а отже ними легко маніпулювати.

➤ Стереотипний образ "татарин".

"Dla татарów powrót Rosji to będzie klęska. Liczą, że Ukraina ich nie zostawia" [8, 12].

("Для татар повернення до Росії – це поразка. Сподіваються, що українці їх не залишать").

"...tatarskich (flag) i samych Tatarów już nie ma. Pochowali się, sucze synu" [7].

("...татарських (прапорів) і самих татар уже не має. Сховались, сучі сини").

Татарська меншина у Криму становить близько 200 тисяч. Це вистражданий народ, який більше 150 років тому повернувся на свою землю і зараз змушений піддаватись тиску і обирати Росію, а як ні – то їх чекає конфлікт (навіть і збройний) з кримчанами російського походження. Отже, у висновку інші мешканці Криму негативно налаштовані до татар, навіть з виразною агресією.

➤ Стереотипний образ оборонця Криму, захисника російськомовного населення: "Uzbrojeni faceci w mundurach bez dystynkcji. Mundury jak spod igły, w rękach nowiutkie kalasznikowy", "Rosyjska

samoobrona, Sewastopolski komitet obrony – byli żołnierze, matrosi, kilku kozaków i afganców" [7, 52].

("Озброєні хлопці у формі без опізнавальних знаків. Форма як "з голочки", у руках нові автомати", "Російська самооборона, Севастопольський комітет оборони – це військові у відставці, матроси, кілька козаків та авганці").

"Patrol kozaków w czarnych mundurach i charakterystycznych czapkach w Dżankoj,

"...nieoznakowani żołnierze w Symforopulu pod budynkiem rządu" [6, 15].

("Патруль козаків у чорній формі і спеціальних шапках в Джанкої, невідомі військові у Сімферополі під будинком парламенту").

("Невідомі солдати без характерних знаків, які з'явилися раптово і називали себе місцевою самообороною").

➤ Стереотипне уявлення українського солдата.

"...stanęli w bramach swoich jednostek, z ogniem w oczach, beczelnie uśmiechnięci z kałasnikowami na ramieniu. Przysięgaliśmy na wierność Ukrainie" [8, 12].

("З вогнем в очах та калашами у руках, зухвало посміхаючись, стояли на воротах своїх військових частин. Присягали на вірність Україні").

"Jedni i drudzy patrzyli na siebie jak bokserzy przed walką. Prosto w oczy" [8, 12].

("Прямо в очі. Дивилися один на одного як боксери перед боєм") Журналісти описали українських військових як вірних захисників України та Криму, патріоти, які стояли до кінця. Російські солдати і представники територіальної оборони Криму – невідомі чоловіки, які незаконно перебували на території півострова Крим.

➤ Стереотипний образ півострова Крим.

"...krymskie media sa w większości prorosyjskie. Organizacje społeczne tak samo" [7, 53].

("...кримські ЗМІ в більшості – проросійські. Громадські організації теж").

"Krym – komunistyczny raj na ziemi, jedyny rajon na Ukrainie, w którym Rosjanie stanowią większość" [6].

("Крим – комуністичний рай на Землі, єдиний регіон в Україні, де росіян більший відсоток ніж українців").

"Krym – chwalebne miejsce" [12, 12].

("Крим – чудове місце").

Півострів Крим давно був об'єктом зацікавлення Росії. Харківські угоди щодо продовження терміну оренди пунктів базування Чорноморського Флоту РФ у Криму на 25 років (до 2047 року) не були гарантом, а ще й після революції була загроза розірвання угод, що дуже не подобалось нашому ближньому сусіду, що і стало головною причиною анексії. Крим – проросійський простір, де брехнею і обманом маніпулюють людьми.

➤ Стереотипні образи Росія – Україна.

"Na Ukrainie hulają banderowcy, którzy nienawidzą Rosjan i gdy tylko dojdą do władzy będą ich traktować jak podludzi" [8, 12].

("В Україні живуть бандерівці, які ненавидять росіян і як тільки прийдуть до влади – будуть їх поводитись з ними як з нелюдьми")
"Putin – gospodarz Kremla, człowiek roku 2013 wg The Times, najbardziej wpływowy polityk (Forbes), przestał myśleć racjonalnie. ...160 lat jak i dziś w roli agresora wyzapiła Rosja" [12, 14].

("Путін – хазяїн Кремля, людина року 2013 по версії The Times, найбільш впливовий політик за версією Forbes, перестав раціонально думати, ... 160 років тому як і сьогодні в роль агресора виступила Росія") Окремим пунктом можна виділити:

➤ Стереотипне уявлення про інформаційну війну.

Міхал Касевіч у своїй статті "Szósta kolumna Putina" говорить про пропаганду Кремля та створення у Росії та Європі негативного образу України, півострова Крим та мешканців.

"...za brutalną retorykę Kremla" [12, 13].

("...брутальна риторика Кремля").

"Rosyjska machina propagandowa" [9, 51].

("Російська машина пропаганди").

"Skoordynowaną pracę służb i mediów jest podstawą rosyjskiej propagandy" [9, 51].

("Координована робота спецслужби та ЗМІ – це і фундамент російської пропаганди").

"W tej wojnie słowa i prowokacje są równie niebezpieczne jak czołgi i rakiety".

"У цій війні слова і провокації так само небезпечні як танки та ракети" [9, 50].

"Siły moskiewskich propagandystów są być może ważniejsze od dywizji rosyjskiej armii" [9, 51].

("Сили московських пропагандистів могутніші ніж дивізія російської армії")

Найпопулярнішими штампами російської пропаганди є: strach przez faszyzmem (боязнь фашизму), rząd faszystowski (фашистський уряд), Bandera (Бандера), faszystowskie pozdrowienie – "Sława Ukrainie" (фашистське вітання – Слава Україні), aktywiści Majdanu (активісти Майдану), napad (напад), rozboje (хуліганство), zamieszki (бунт), amerykaniści imperialiści (американські імперіалісти).

Отже, польські журналісти двох суспільно–політичних тижневиків, які формують світогляд інтелектуального читача, ще раз підтвердили факт анексії Криму. Проаналізувавши публікації, ми прослідкували головну тенденцію у польських тижневиках – це висвітлення протистояння Сімферополь – Київ, Україна – Росія, Крим – Україна, Кримська самооборона – українські військові, проросійські жителі – кримські татари, пропаганда Кремля – іноземні ЗМІ.

Найбільш вживані мовні засоби – порівняння, короткі діалоги, метафори та персоніфікація. Загалом статті про Крим є негативними. На жаль, ми не побачили коментарів з двох сторін конфлікту, риторика проукраїнського мешканця відсутня. У деяких аналітично-критичних матеріалах присутні образ українця та власна думка автора, виразна проукраїнська позиція [12]. Варто зазначити, що у двох тижневиках присутній аналітичний матеріал про інформаційну війну Росії проти України у Європі ("Szósta kolumna Putina", "Druga wojna krymska").

Припущення, яке висловлює журналіст, для польського читача звучить як застереження і близьке майбутнє не тільки півострова Крим, але й східної частини України.

"Czarne scenariusze, kolportowane przez niektórych europejskich polityków, mówią o tym, że Krym jest tylko wstępem do wielkiego rozbioru Ukrainy, która w ten sposób może stracić nawet trzecią część sweo terytorium na wschodzie" [12, 13].

("Чорний сценарій, який набирає розголосу серед деяких польських політиків, говорить про те, що Крим – це тільки початок до великого поділу України, яка може втратити навіть і третину своєї території на сході").

Перспективним видається простежити подальший розвиток проаналізованих стереотипів у польській пресі, їхню трансформацію чи тяглість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Добросклонская Т. Г. – М., 2008. 264 с.
2. Йорсенсен, Марианне В., Филлипс, Луиза Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / Пер. з англ. – 2-е изд., испр. – Х.: Изд-во "Гуманитарный центр", 2008. – С. 17.
3. Кулик Володимир. "Дискурс українських медій : ідентичності, ідеологія, владні стосунки" / Кулик Володимир. – Критика, Київ – 2010. – 655 с.
4. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу // Наукові записки Інституту журналістики Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – К., 2001. – Т. 5. – С. 17–37
5. Різун В. В. Роль ЗМК в демократичному суспільстві // Публіцистика і політика / За ред. проф. В.І. Шкляра. – К., 2001. – Вип. 2. – С. 13–16.
6. Andrusieczko P. Półwysp jak wyspa / Piotr Andrusieczko // Polityka. – 2014. – № 10. – S. 14–16.
7. Cieśla W. Rosja nas nie opuści / Wojciech Cieśla // Newsweek. – 2014. – № 10. – S. 50–53.
8. Kaciewicz M. To jest nowa Ukraina / Michał Kaciewicz // Newsweek. – 2014. – № 11. – S. 12–16.
9. Kaciewicz M. Szósta kolumna Putina / Michał Kaciewicz // Newsweek. – 2014. – № 12. – S. 50–53.
10. Majkowska, Grażyna. O języku mediów // W: Dziennikarstwo i świat mediów / pod red. Zbigniewa Bauera i Edwarda Chudzińskiego. – Kraków : Universitas, 2000. – S. 232–243.
11. Pawlicki J. Majdan większy niż plac Czerwony / Jacek Pawlicki // Newsweek. – 2014. – № 13 – S. 58–61.
12. Przełomiec M., Wójcik Ł. Druga wojna krymska / Maria Przełomiec, Łukasz Wójcik // Polityka. – 2014. – № 10. – S. 10–14.
13. Winiecki J. Dziwna wojna / Jędrzej Winiecki // Polityka. – 2014. – № 11. – S. 10–11.
14. Prus – Wojciechowska J. Tak zwana prawda / Justyna Prus – Wojciechowska // Polityka. – 2014. – № 12. – S. 12–15.
15. Wilczak J. Kaliningrad pozdrawia Krym / Jagienka Wilczak // Polityka. – 2014. – № 13 – S. 16–18.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

У. І. Перескоцька, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Аннексія Крима в польських СМІ

В статті проаналізовані особливості мовної об'єктивності стереотипних представлень о Криму в польських СМІ. Досліджені когнітивно-лінгвістичні аспекти образу України на прикладі збройного конфлікту на основі аналізу мовних засобів, виділених із газетно- публіцистичних текстів, об'єднаних військовим тематикою, а також узагальненим польським представленням про Україну.

Ключові слова: медіалінгвістика, дискурс, концепт, Крим.

U. Pereskotska, Stud.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Annexation of the Crimea in the Polish media

In the article an linguistic image of Crimea peninsula in the Polish media was analysed. With the help of discourse analysis the cognitive linguistic aspects of the image of Ukraine on the example of an armed conflict were researched. Articles combining military topics and Polish collective image of Ukraine were the subject of the research.

Keywords: media linguistics, discourse, concept, Crimea

УДК 811.111'42:82.09

С. В. Петренко, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ЧИТАЦЬКОГО ВІДГУКУ ЯК ЛІТЕРАТУРНО-КРИТИЧНОГО ЖАНРУ АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

У статті розглядаються особливості реалізації комунікативних стратегій в англомовному читачькому відгуку як літературно-критичного жанру медійного дискурсу. Ознаками цього жанру є оперативність, інтерактивність, гіпертекст і децентралізація. З метою оцінити літературний твір, порекомендувати іншим читачам купувати / не купувати його, а також вплинути на автора твору зробити певні висновки в англомовному читачькому відгуку використовуються комунікативні стратегії структурування за принципом релевантності, наведення прикладів, риторичних запитань, припущення, а також екстралінгвальні стратегії.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, літературно-критичний жанр, медійний дискурс, читачький відгук.

Актуальність дослідження зумовлено загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних студій на вивчення вербальних і невербальних засобів, які використовуються для реалізації комунікативних ходів, тактик і стратегій впливу на адресата з метою забезпечення максимальної ефективності комунікації.

Медійний дискурс, хоча і має свої різновиди (друковані видання, радіо, телебачення, Інтернет), є єдиним цілим завдяки спільності функцій та особливій структурі комунікативного процесу. Ключовою цінністю медійного дискурсу є інформація, яку необхідно передати масовому адресату. Серед літературно-критичних жанрів медійного дискурсу виокремлюється читацький відгук (customer review), який характеризується швидкістю написання, що дає можливість ефективно формувати прагматичну спрямованість на інших потенційних читачів.

Мета статті – визначити тактики і стратегії читацького відгуку як літературно-критичного жанру сучасного англomовного медійного дискурсу.

Об'єктом дослідження є англomовний читацький відгук. **Предметом** дослідження є лінгвальні та екстралінгвальні особливості реалізації тактик і стратегій цього жанру.

Матеріал дослідження – тексти читацького відгуку на Інтернет-ресурсах *Amazon.com*, *Bookalicio.us*, *California Literary Review*.

Читацький відгук є своєрідним літературно-критичним жанром сучасного медійного дискурсу, ознаками якого є децентралізація, оперативність, гіпертекст, інтерактивність. Найпопулярнішим сайтом, де читачі розміщують свої відгуки, є ресурс *www.amazon.com*. Оскільки читач не має серйозного авторитету та не має можливості необмежено впливати на літературний процес, то на спеціалізованих сайтах надається лише індивідуальна оцінка літературного твору, а читач, який залишив відгук або коментар, не має можливості претендувати на те, щоб його думка стала головною у загальній дискусії.

Лише у читацькому сприйнятті художній твір набуває справжнього існування, тому немає єдиного правильного його значення для усіх читачів, а також не існує кінцевого значення твору для одного й того ж читача [1, с. 131]. Оцінка читачів виражається

у двох різновидах відгуків: читацькі відгуки, які демонструють позитивне ставлення до твору, що розглядається, та читацькі відгуки, які демонструють негативне ставлення до такого твору.

Взаємодія між учасниками певної мовленнєвої ситуації встановлюються на трьох рівнях: комунікативний хід; комунікативна тактика; комунікативна стратегія. Комунікативна стратегія визначається як сукупність мовленнєвих дій, які спрямовані на вирішення загального комунікативного завдання мовця [4, с. 58]; евристичне інтенціональне планування дискурсу для досягнення його учасниками кооперативного результату [2, с. 170]; взаємодія мисленнєвого та вербального планів дискурсу для досягнення позамовленнєвих діяльнісних цілей, що виявляє соціально-інтеракційну природу вербальної комунікації [5, с. 247]. Комунікативна тактика є однією або декількома діями, які сприяють реалізації певних стратегій [4, с. 58]. Комунікативний хід – метод або прийом, яким користується мовець, та який призводить до вирішення основного завдання, є інструментом реалізації певної тактики [Ibid.]. Вибір комунікативних ходів, тактик і стратегій залежить від мовних особистостей адресанта й адресата, їхньої комунікативної мети (інтенції), а також екстралінгвістичних чинників.

Стратегії літературно-критичних жанрів медійного дискурсу є способами формування сприйняття й організації знань про літературні твори, які використовуються з метою проінформувати читача про художній твір, дати загальну оцінку твору та його окремих аспектів, обґрунтувати оцінки твору, пояснити, проілюструвати їх, а також вплинути на читача [3, с. 49–50].

Відмінність між читацьким відгуком та іншими літературно-критичними жанрами, перш за все, полягає у тому, що відгуки пишуть самі читачі. Вони не є професійними критиками. Вибір комунікативних стратегій та тактик залежить від їхньої освіченості.

Стратегія структурування за принципом релевантності представлена у деяких англомовних читацьких відгуках. Тактика введення теми зазвичай відображає загальне враження від твору, напр., *This book has almost all the pieces of a great book, and it's not a bad book, but in the end I couldn't embrace the book for the same reason I didn't care for Freedom by Franzen. It's just too cynical* [8].

Тактика підведення підсумків використовується у читацькому відгуку з метою висловити загальне враження від прочитаного твору, а також містить рекомендацію прочитати/ не читати його, напр., *Overall, this was an enjoyable read, worth the money, and recommended* [9].

Зазвичай англомовний читацький відгук складається лише з загального враження від літературного твору, а сам матеріал не структурується за принципом релевантності, напр., *Excellent book! Arrived promptly. I have just discovered Emma Donohogue as an author. Can't read her books fast enough* [10]. Такий читацький відгук висвітлює лише емоції читача від книги та її автора.

З метою підтвердити свою думку читачі використовують стратегію наведення прикладів, напр. *In other respects, Chronic City is the story of the power of love and friendship in the most unusual relationships. Chase, for example, in addition to being recognized for his child acting fame, is the fiance of an astronaut who is stranded in space* [7]. У даному читацькому відгуку використовуються конструкції *in other respects, for example, in addition to*.

Стратегія риторичних запитань також іноді використовується в англомовних читацьких відгуках, напр. *The first half of the novel I wondered, "Where is this going? What is the point of this?" At some point, I let it go and enjoyed the free-flowing narrative that is a strange mixture of fact and fiction* [6]. У даному читацькому відгуку риторичні питання *Where is this going? What is the point of this?* яскраво виражені емоційним забарвленням читача про роман письменника.

Стратегія припущення використовується зазвичай освіченими читачами, які залишають відгуки, напр. *The very stylistic arrangement of heavy dialogue, minimal expository description, and formal (yet not quite archaic) wording is quite faithful to the classical traditions. Perhaps Noble chose the first person, present tense as the story's main vehicle in order to create a distinct demarcation from such formulaic linguistics, yet I had hoped I would experience a subtly philosophical, yet airy, fantastical adventure, much in the same experience as Neil Gaiman's STARDUST. Alas, no* [12]. У даному фрагменті читацького відгуку використовуються конструкції *perhaps, yet I had hoped, I would experience* для вираження припущення, домислів читача про вибрані прийоми автора твору.

Екстралінгвальні стратегії використовуються з метою максимально привернути увагу адресата до певного літературного твору, розрекламувати його та сам Інтернет-ресурс. В Інтернет-виданнях з метою привернути увагу адресата пропонується оцінити книгу, використовуючи символічні знаки. Звичайно оцінка дається у вигляді зірочок за п'ятибальною шкалою, оскільки у свідомості адресата п'ять зірочок завжди асоціюється з найвищою якістю. Наприклад, редакція оцінила літературний твір у 3 бали, а середньоарифметичне читачів – 4.29 з 5 можливих.

Bookalicio.us verdict:



Your verdict:



(35 votes, average: 4.29 out of 5)

(Bookalicio.us)

CLR Rating:  (California Literary Review)

Average Customer Review:  (Amazon.com)

Позитивні читачькі відгуки позначаються у заголовку та підтверджуються високим оцінюванням твору за п'ятибальною шкалою, а сам заголовок виокремлюється напівжирним шрифтом, напр.

5.0 out of 5 stars **"To start with, look at all the books"**

5.0 out of 5 stars **A Breath of Fresh Air**

5.0 out of 5 stars **Absolutely Spectacular**

5.0 out of 5 stars **A Treat**

5.0 out of 5 stars **An Acquired Taste**

5.0 out of 5 stars **My "Best Book of the Year" Award**

4.0 out of 5 stars **Literary Ideal, Realistically Pushing It**

4.0 out of 5 stars **Enjoyable**

4.0 out of 5 stars **I Still Believe in You, Mr. Eugenides** [11].

Негативні читачькі відгуки позначаються у заголовку та підтверджуються низьким оцінюванням твору за п'ятибальною шкалою, а сам заголовок виокремлюється напівжирним шрифтом, напр.

1.0 out of 5 stars **amazingly boring**

1.0 out of 5 stars **pass.**

1.0 out of 5 stars **Didn't event finish it**

1.0 out of 5 stars **Clunky and Contrived**

1.0 out of 5 stars **What a bore**

2.0 out of 5 stars **Disappointing.**

3.0 out of 5 stars **Sad book**

3.0 out of 5 stars **Oh, Jeffrey!** [Ibid.]

Таким чином, в англомовному читацькому відгуку використовуються комунікативні стратегії структурування за принципом релевантності, наведення прикладів, риторичних запитань, припущення, а також екстралінгвальні стратегії з метою оцінити твір, порекомендувати іншим читачам купувати / не купувати його, а також вплинути на автора твору зробити певні висновки.

Перспективою подальшого дослідження є вивчення особливостей реалізації комунікативних стратегій в інших літературно-критичних жанрах англомовного медійного дискурсу (літературній рецензії, літературній анотації, літературному огляді, проблемній статті, інтерв'ю з письменником).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Долгушева О. Критика "читацького відгуку" : багатовимірність стратегії / Ольга Долгушева // Наукові записки. Серія : філологічні науки (мовознавство) / [відп. ред. Олег Семенюк]. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. – Вип. 81 (2). – С. 130–133.

2. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : [монографическое учебное пособие] / Е. А. Селиванова. – К. : Фитосоци-оцентр, 2002. – 336 с.

3. Синдеева Т. И. Речевой жанр "газетная рецензия" и его лингвотекстовые характеристики (на материале английского языка) : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 – германские языки / Синдеева Татьяна Игоревна. – М., 1984. – 210 с.

4. Труфанова И. В. О разграничении понятий : речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // НДВШ : Филологические науки. – М., 2001. – № 3. – С. 56–65.

5. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конституент вербально-соціальної інтеракції / І. Є. Фролова // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи / [гол. ред. Белова А. Д.]. – К. : Логос, 2009. – № 3. – С. 242–249.

6. *Customer Reviews : Chronic City : A Novel (Oprah's Book Club) by Jonathan Lethem* [Електронний ресурс] // Amazon. – Режим доступу : http://www.amazon.com/Chronic-City-Novel-Jonathan-Lethem/product-reviews/0385518633/ref=dp_top_cm_cr_acr_txt?showViewpoints=1

7. *Customer Reviews* : Chronic City : A Novel (Oprah's Book Club) by Jonathan Lethem [Електронний ресурс] // Amazon. – November 7, 2009. – Режим доступу: http://www.amazon.com/Chronic-City-Novel-Jonathan-Lethem/product-reviews/0385518633/ref=dp_top_cm_cr_acr_txt?showViewpoints=1

8. *Customer Reviews* : Freedom : A Novel (Oprah's Book Club) by Jonathan Franzen [Електронний ресурс] // Amazon. – February 9, 2012. – Режим доступу : http://www.amazon.com/Freedom-Novel-Oprahs-Book-Club/product-reviews/B00969GFFU/ref=dp_top_cm_cr_acr_txt?showViewpoints=1

9. *Customer Reviews* : Room by Emma Donoghue [Електронний ресурс] // Amazon. – Режим доступу : http://www.amazon.com/Room-A-Novel-Emma-Donoghue/product-reviews/B005M48R86/ref=pr_all_summary_cm_cr_acr_txt?ie=UTF8&showViewpoints=1&sortBy=byRankDescending

10. *Customer Reviews* : Room by Emma Donoghue [Електронний ресурс] // Amazon. – October 18, 2010. – Режим доступу : http://www.amazon.com/Room-A-Novel-Emma-Donoghue/product-reviews/B005M48R86/ref=pr_all_summary_cm_cr_acr_txt?ie=UTF8&showViewpoints=1&sortBy=byRankDescending

11. *Customer Reviews* : The Marriage Plot : A Novel by Jeffrey Eugenides [Електронний ресурс] // Amazon. – Режим доступу : http://www.amazon.com/The-Marriage-Plot-A-Novel/product-reviews/125001476X/ref=dp_top_cm_cr_acr_txt?showViewpoints=1 12. *Customer Reviews* : The Mermaid's Sister by Carrie Anne Noble [Електронний ресурс] // Amazon. – Режим доступу : http://www.amazon.com/gp/customer-reviews/R2K41ZCETEZT5U/ref=cm_cr_pr_viewpnt?ie=UTF8&ASIN=B00LWDQO3Q#R2K41ZCETEZT5U

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

С. В. Петренко, канд. філол. наук, асист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Коммуникативные стратегии читательского отзыва как литературно-критического жанра англоязычного медийного дискурса

В статье рассматриваются особенности реализации коммуникативных стратегий в англоязычном читательском отзыве как литературно-критическом жанре медийного дискурса. Особенности данного жанра являются оперативность, интерактивность, гипертекст и децентрализация. С целью оценить литературное произведение, рекомендовать другим читателям покупать/ не покупать его, а также предложить автору произведения сделать некие выводы в англоязычном читательском отзыве используются коммуникативные стратегии структурирования по принципу релевантности, аргументация с помощью примеров, риторических вопросов, предположения, а также экстралингвальные стратегии.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, литературно-критический жанр, медийный дискурс, читательский отзыв.

S. Petrenko, Cand. Phil. Sci., Assistant Prof.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Communicative Strategies of Customer Review as Genre of Literary Criticism in the English language Media Discourse

The article highlights the peculiarities of customer review's communicative strategies. The features of customer review as a genre of literary criticism in English-speaking media discourse are as follows: efficiency, interactivity, hypertext, and decentralization. The following communicative strategies have been used in order to evaluate literary works, recommend other readers buy/ not buy them, as well as influence authors to make some conclusions: relevancy principle structuring, providing examples, rhetoric questions, assumption and extralingual strategies.

Keywords: *communicative strategy, communicative tactic, customer review, genre of literary criticism, media discourse.*

УДК 811.11'373:37:316.647.8

Т. В. Пилипчук, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕТНІЧНОГО СТЕРЕОТИПУ "ІНДІЄЦЬ" У КОМЕДІЙНИХ ШОУ РАССЕЛА ПІТЕРЗА¹

У статті описано зміст поняття етнічного стереотипу та розглянуто лексичні засоби його вираження для відображення стереотипних рис індійців у комедійних шоу.

Ключові слова: *етнічний стереотип, етнічний гумор, етнічний скрипт, комунікативні стратегії та тактики.*

В останні десятиліття проблема стереотипів все більше привертає до себе увагу значного кола науковців, а саме: психологів, етнографів, соціологів, когнітологів, культурологів, філософів, психолінгвістів та лінгвістів. Вивчення стереотипів може пролити світло на велику кількість соціальних, політичних та міжетнічних проблем, а в подальшому допомогти з'ясувати причини їх виникнення та, можливо, вирішити їх. Так, дослідженням стереотипів займаються такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як О. В. Квас,

¹ Автор не поділяє негативних стереотипних уявлень про будь-яку зі згадуваних рас чи націй. Усі приклади наведено з дослідницькою метою.

Д. А. Смирнова, І. С. Кон, Г. В. Олпорт, Т. Г. Стефаненко, Г. Теджфел, А. Д. Белова, І. О. Алексєєва, Т. Л. Кацберт, Ю. Є. Прохоров, В. В. Красних, А. Вежицька, У. Ліппман, У. Квастхофф.

Сучасна масова культура функціонує в першу чергу для розваги, тому одним з найпопулярніших жанрів стають комедійні шоу. Артисти-коміки, що працюють в жанрі комедії спостереження, в своїх номерах звертаються до актуальних проблем суспільства, таких як міжетнічні відносини та, відповідно, етнічні стереотипи, що обумовлює **актуальність** обраної проблеми. У статті робиться спроба виявити стереотипи, на які вказує один з найвідоміших акторів комедії спостереження Рассел Пітерз, та описати стратегії та тактики коригування етнічних стереотипів, які використовує актор.

На сучасній англомовній естраді працює низка акторів, ключовими темами для яких є міжетнічні стосунки та стереотипи. Досі лінгвістичні особливості комедійних шоу цієї тематики не аналізувалися мовознавцями, тому **новизна** нашого дослідження полягає у тому, що в ньому вперше виявлені засоби англійської мови, що вербалізують етнічні стереотипи у даному жанрі.

Об'єктом дослідження виступають етнічні стереотипи, вербалізовані у шоу Рассела Пітерза.

Предметом дослідження є тактики та стратегії, що використовуються у шоу Расселом Пітерзом для вербалізації стереотипних рис індіців.

У нашому дослідженні ми ставимо за **мету** здійснити лінгвістичний аналіз тактик та стратегій, за допомогою яких Рассел Пітерз висвітлює "стереотипні" риси індіців.

"Як правило, причиною формування стереотипів називають нерозуміння чужої мови, символіки жестів, міміки та інших елементів поведінки, що часто веде до спотвореного тлумачення сенсу їх дій та легко породжує цілу низку таких негативних почуттів, як настороженість, презирство, ворожість. В результаті такого роду міжкультурних або міжетнічних контактів виявляються найбільш типові риси того чи іншого народу або культури і залежно від цих характерних ознак і якостей дані представники поділяються на різні групи (категорії). Так поступово складаються етнічні стереотипи" [2, с. 178].

Функція стереотипів полягає у полегшенні обробки інформації: реципієнт покладається на попередньо отримані знання. Стереотипи допомагають підготуватися до зіткнення з чужою культурою, послаблюють удар, знижують культурний шок, а при правильному користуванні несуть користь для комунікації. Тому вчені наполягають на тому, що стереотипам не слід приписувати лише деструктивні функції [8, с. 238]. Проте неможливо заперечити той факт, що до сьогодення дня в буденній свідомості і в засобах масової комунікації етнічні стереотипи розглядають як виключно негативний феномен. Багато в чому це пов'язано з тим, що у світовій науці найчастіше вивчалися негативні стереотипи, пов'язані з дискримінацією, якій піддавались етнічні меншини [5].

У даній роботі під етнічними стереотипами розуміємо об'єктивовані в мові ментальні одиниці, що включають стійкі, спрощені, схематизовані узагальнення про етнічні групи [3, с. 173].

"У мовному плані стереотипи виражаються описом стереотипізованої особистості як представника даного етносу, створенням мовного портрета цієї особистості, характеристики вчинків і ситуацій з її участю. Як правило, стереотипний образ іншого етносу містить яскраво виражені особливості зовнішності, поведінки, звичок, звичаїв. Стереотип дає людині стислу характеристику іншого етносу, навмисно підкреслюючи одну або кілька рис, які, відповідно до стереотипу, найбільш повно характеризують всіх представників стереотипізованої групи" [4, с. 7]. Т. Г. Грушевицька, В. Д. Попков, А. П. Садохін теж схиляються до цієї думки, наголошуючи на тому, що зазвичай основою етнічного стереотипу є "якась помітна риса зовнішності (колір шкіри, розріз очей, форма губ, тип волосся, зріст і т.д.) або ж певна риса характеру та поведінка представника етнічної групи" [2, с. 179].

Як зауважує Майкл Омі (Michael Omi), який досліджує вплив расової приналежності, що включає в себе етнічну складову, на процес комунікації, расова приналежність є делікатною соціальною концепцією, яка, як це парадоксально не звучить, є і "очевидною", і в той же час "невидимою". Адже у нашому суспільстві перше, що помічає людина при зустрічі іншої (включаючи її

стать), є раса незнайомої людини. Расова приналежність використовується як підказка про те, що можна очікувати від партнера з комунікації і як з ним поводитись. Людське сприйняття раси визначає "самопрезентацію" людини, відмінності в статусі і відповідні форми поведінки в повсякденному та інституційному житті. Цей процес часто несвідомий; люди, як правило, використовують недосліджений набір расових переконань: *"Race itself is a slippery social concept which is paradoxically both "obvious" and "invisible." In our society, one of the first things we notice about people when we encounter them (along with their sex/gender) is their race. We utilize race to provide clues about who a person is and how we should relate to her/him. Our perception of race determines our "presentation of self," distinctions in status, and appropriate modes of conduct in daily and institutional life. This process is often unconscious; we tend to operate off of an unexamined set of racial beliefs* [11, с. 627].

Слід пам'ятати, що те, що стосується расових ознак, стосується і етнічних, оскільки вони часто (але не завжди) є взаємопов'язаними. Тому їх часто ставлять в один синонімічний ряд. Так, наприклад, Джеф Кін (Geoff King), задаючись питаннями, над чим і ким сміється людина і яке це має відношення до того, як вона бачить інших та визначає себе (що є часто взаємопов'язаним), говорить про три основні набори ознак, за якими такі відмінності й ототожнення відбуваються (расова та етнічна приналежність, стать та національність) та наголошує на тому, що вони час від часу виступають джерелом комічного матеріалу: *Who and what we laugh at, and why, has implications in terms of both how we see others and how we define ourselves, the two often interconnected. Gender, race/ethnicity and nationality are three major sets of grounds on which such distinctions and identifications are constructed and articulated; as such, it is not surprising that they should be recurrent sources of comic material in film as elsewhere* [10, с. 129].

Не слід забувати також, що тема расової приналежності під час комедійних виступів, є досить підступною: *"The mixing of comedy and race can indeed be tricky terrain."* [7]

Це пов'язано з тим, що грань між етнічним гумором та расистськими виступами майже непомітна. Цієї думки притримується-

ся професор кафедри теорії комунікації університету Макмастера Файза Хірджі (Faiza Hirji): ... *I am sometimes aware of discomfort, of uncertainty as to whether there is really a difference between a comic routine and bigotry. When Peters adopts a strong Chinese accent to mimic a Chinese shopkeeper or martial arts expert, I am reminded of times when I have heard other individuals use such accents to mock Chinese Canadians and have felt, with utter conviction, that I was witnessing racist acts. How does one define the difference?* [9, с. 569]

Але, незважаючи на це, в комедійних виступах тема міжетнічних стосунків та етнічних стереотипів займає чільне місце. Про це свідчать виступи таких комедійних акторів, як Рассел Пітерз, Маз Джобрані, Дін Обейдала, Ахмед Ахмед, ціль яких – корекція етнічних стереотипів [1, с. 8].

Матеріалом нашого дослідження стали комедійні виступи Рассела Пітерза, який неодноразово встановлював рекорди з кількості проданих квитків: у 2007 році в Торонто, 2009 – у Лондоні, а через рік у 2010 – в Австралії. А деякі його виступи у мережі інтернет були переглянуті близько 20 мільйонів разів.

Гумор Рассела Пітерза можна охарактеризувати як "етнічний". На думку В. Раскіна, етнічний гумор базується на спеціальних моделях та опозиціях, які повинні засвоюватись мовцями або слухачами етнічних жартів. Ці специфічні скрипти схожі до енциклопедичних знань, проте, з іншого боку, в кращому випадку є необробленим наближенням реальності (*crude approximation of reality*). Специфічні етнічні скрипти є шаблонними (*conventional*), вигаданими (*fictional*), міфічними (*mythological*), спрощеними (*simplistic*) та схематичними (*schematic*). Також В. Раскін стверджує, що етнічний гумор є в першу чергу функціонально задовільним або принижуючим [12, с. 180]. На нашу думку, шоу Рассела Пітерза варто віднести до задовільних, таких, які проповідують толерантність до кожної етнічної групи, використовуючи при цьому оцінно-характеризуючу стратегію (тактики приписування стереотипних якостей, тактики контрасту, узагальнення) стосовно всіх етнічних груп (без виключення), з якими він стикався, часто звертаючись до аудиторії (*men, guys, buddy*). Як видно з проаналізованого матеріалу, цього він також досягає за допомогою апелювання до власної національності, застосо-

вуючи при цьому тактику інклюзивності (він такий самий емігрант), проте не використовуючи при цьому лише стратегію позитивної саморепрезентації стосовно своєї етнічної групи, а навпаки дискредитуючи певні недоліки своїх, використовуючи тактику висміювання та іронії.

Проте, як говорить сам комік, не всі сприймають його жарти так, як цього хоче він. Дехто вважає їх принижуючими, забуваючи про те, що сміх з етнічних жартів має терапевтичні властивості і може призводити до формування або зміцнення спільноти [9, с. 580].

Рассел Пітерз вирізняється з-поміж інших коміків тим, що він досліджує расові стереотипи і руйнує їх у своїх комедійних номерах:

– *Instead of typical racial jokes comedians usually tell, Peters likes to examine racial stereotypes and break them down in his comedic routines* [6].

Представники жодної культури не можуть почуватись безпечно під час його шоу, адже у своїх виступах він може звернутись до будь-кого. Саме це приваблює людей. Він любить використовувати свої спостереження стосовно тієї чи іншої раси / національності, класу і культури, відзначати людські вади і з'ясувати, які уявлення є реальністю, а які – вигадкою. Ось як він сам характеризує свою діяльність: *"I don't just make jokes based on typical stereotypes. I like to base it off of what's real about these cultures, as opposed to race. I don't put people down. Instead, I want to elevate them, but in a funny way."* [6]

За основу роботи ми беремо епізоди шоу, в яких мова йде про індійців. Дослідивши їх, ми виявили, що найчастіше піднімається тема їхньої *скнарності/скупості, хитрості, небажання працювати; також висвітлюється питання взаємовідносин індійців, причетності до тероризму, способу виховання дітей; їх зовнішність та умов їхнього проживання.*

Ілюстративний матеріал налічує три виступи загальною тривалістю три години.

Тема скнарості індійців займає особливе місце в його шоу. Він звертається до гіперболізації і говорить, що саме через свою *жадібність* індійці мають підвищену волосатість та великі носи:

– *When God was making Asians, he made two types of Asians. And you guys got first choice on looks... "Well, we'll take eyes". "You*

guys can have noses and hair. My people are greedy, "We have two?! Two? That's good to have two. Noses and hair!" We didn't know that's gonna be big noses and body hair. That's a shit deal. We are all hairy race of people, man. It's hot as hell in India and we are hairy. Who the hell came up with that deal? I think the God that was making Indian people was having sort of practical joke with other Gods..."Ok, look, I am going to take these people here and put them in the hottest place in the world. And just for fun I'll cover them with hair."It's hot and we are hairy. Men and women....And the Asians are not hairy at all. Full head of hair on their head and nothing on their body. [14, 2:20-4:55]

Як видно з прикладу, Рассел застосовує стратегію групової ідентифікації, а саме тактику інклюзивності (*My people, We, Indian people*) та тактику дистанціювання (*two types of Asians, And you guys, the Asians*). Також комік застосовує оцінно-характеризуючу стратегію, а саме тактику контрасту: (*You, guys – eyes*) // (*My people – noses and hair*), тактику узагальнення (*We are all hairy race of people. Men and women*). *My people are greedy, "We have two?! Two? That's good to have two. Noses and hair!"*

Також комік застосовує тактику іронії (*My people are greedy. That's good to have two. Noses and hair! I am going to take these people here and put them in the hottest place in the world. And just for fun I'll cover them with hair*) та гіперболізації (*I think the God that was making Indian people was having sort of practical joke with other Gods...Big noses and body hair*).

Отже, на нашу думку, Рассел вдається тут не тільки до висвітлення стереотипів за допомогою тактик інклюзивності/ дистанціювання, контрасту та узагальнення, а й коригує їх, використовуючи тактики іронії та перебільшення.

У даному прикладі Рассел також зазначив умови проживання своєї етнічної групи (*It's hot as hell in India; in the hottest place in the world*). Він неодноразово виділяє невибагливість індійців до умов проживання та зазначає, що вони можуть виживати у найгірших умовах:

– You can be able to survive in the worst conditions imaginable. You will be able to live those conditions...[15, 49:35-49:40]

Жарти Рассела базуються на бінарній опозиції, що є характерним для етнічного гумору: у своїх виступах він розповідає жарти по відношенні до інших культур і національностей, часто протиставляючи їх жартам про індійську культуру. Так, навіть у вищезазначеному прикладі Рассел спочатку зазначив два види жителів Азії (*two types of Asians*), звернувшись до перших (*And you guys*), а вже потім почав говорити про свою етнічну групу.

Перед тим, як звернутись до теми можливості бізнесу між індійцями та китайцями, він "підігриває" публіку розповіддю про скупість індійців, до яких належить і сам, використовуючи тактику контрасту (*Jews/ Indians*): *When people say that Jews are cheap, Jews are not actually cheap, Jews will spend their money if they think it is worth it.... Whereas an Indian guy... We are cheap. It is in our blood!!!* [13, 9:45-10:15]

З його слів індійці не лише не готові до переplat, а й схильні недоплатити. Рассел ділиться з глядачами розповіддю про похід до бару з батьком, попередньо охарактеризувавши батька як дуже скупого чоловіка, проте такого, який може переконати будь-якого співрозмовника у його неправоті: *"My dad is so good at being cheap that he could convince you that you're wrong."*

Комік розповідає, як відреагував батько на рахунок у барі, та переказує діалог батька і офіціанта: *The waitress was like, "It is 4,5, sir". My dad goes, "Ok, here is 3." She stands there like, "Sir, uhh. What about the other 1,5?" "Don't worry about it." She is like, "No, you owe me 1,5!" "I owe you, you owe me. It's the same thing. Don't be so cheap!"* [13, 10:30-11:10]

Отже, після замовлення, батько коміка не лише не доплатив офіціанту, а й повідомив, що немає різниці, хто кому винен. Іншими словами, скнарість змушує індійців обрати певну лінію поведінки, а саме використовувати тактику використання мовної гри (*I owe you, you owe me. It's the same thing*).

В іншому шоу Рассел звертає увагу на сумні обличчя індійців і пов'язує це з тим, що індійцям шкода витрачати гроші на комедійні шоу, аби подивитись на такого самого індійця (має на увазі себе): *This's bullshit. I don't know why I am spending money to see someone who looks just like me. I can stay home and look in the mirror for free...*

Так, у вищезазначеному прикладі Рассел знову вдається до іронії. Він продовжує цю тему і далі, використовуючи тактику контрасту індійці :: білошкірі, зазначаючи, що індійців не можна образити, назвавши їх скупими, чого не можна сказати про білошкірих: *Indian people are proud of their cheapness. You will never insult us by calling us cheap. ...Never call white people cheap. White people will be really upset if you call them cheap!* [15, 13:15-13:35]

Рассел не заперечує той факт, що він і сам скупий, проте, як він сам висловлюється, він – скупий, який має гроші. Комік додає, що коли бачить річ, на якій вказано "Зроблено в Індії", то знаходиться на роздоріжжі: купувати чи зателефонувати дядькові, щоб попросити купити цю річ задешево в Індії [15, 14:15-14:35].

Змусивши аудиторію зрозуміти, що він висміює всіх і все, цим самим ніби прибавляючи терпимості по відношенню до інших, актор переключається на іншу опозицію – індійці:: китайці. Якщо перші не можуть прожити і дня без домовленості, то другі ніколи не підуть на неї. Адже ціль китайців, як констатує комік, – забрати кожне пенні від покупця, в той час як індійці прагнуть його заощадити: *"Chinese people and Indian people cannot do business together. Because Indians cannot live without a bargain and Chinese people cannot give you a bargain. Their objective is to get every penny from you. And ours is to keep every penny."* [13, 11:30-11:45]

В даному прикладі Рассел використовує тактику, яка на лексичному рівні реалізується протиставленням присвійних займенників *their-ours* та протиставленням ідей *live without – give you, keep – get*.

Рассел наводить приклад з власного досвіду, коли йому вдалось поторгуватись з китайцем. Коли індійця зацікавила сумка, яка, як виявилось, коштувала 35 доларів, китаєць не піддавався на зменшення ціни, проте і не хотів відпускати клієнта, закликаючи його "бути чоловіком" і купити річ.

– *How about 30?.....I give you thirty". – "Nooooooooo"*

– *I can't do 30 dollar. I sell you 30 dollar today. You come tomorrow I close down*

– *Give me a deal, I don't wanna pay 35 bucks.*

– *Hold on 1 second, I talk to my wife. Thank you. Okay... You seem like a nice guy, I give you best price. \$ 34,50!* [13, 11:50-14:20]

Отже, як стає зрозуміло з прикладу, Рассел використовує стратегію висміювання ведення бізнесу та управління грошима, адже в результаті покупка так і не відбулася.

Також Рассел звертається до теми навиків індійців, а саме наголошує на їхніх гарних комп'ютерних здібностях. Він обіграє стереотипне уявлення про "індійське походження" програмного забезпечення за допомогою розповіді про розподіл талантів поміж народами, здійснений Господом:

– *You are gonna be great with computers!*

– *O-k-e-y*. (Відповідь індійця підсилюється посмішкою та рухом очей, що говорить про задоволення людини) [15, 49:35-49:40].

Проте Рассел говорить і про те, чим індійці обділені. Виявляється, що це – небажання працювати фізично та відсутність спортивної підготовки: .. *Who the hell uses an Indian slave? Do I look physically ready to do hard labour? My people don't work that hard. Give us the calculator, we'll do your taxes.... Why don't you see so many Indian athletes?* [13, 7:35-9:20] Тут Рассел вдається до іронії: *Do I look physically ready to do hard labour?*

Описуючи стереотипні риси, притаманні індійцям, визначною стає тема виховання. Адже фрагмент шоу, де Рассел говорить про тілесне покарання дітей, набрало близько 20 мільйонів переглядів у Ютубі. Рассел Пітерз наголошує на тому, що батьки-індійці стараються гарно виховати своїх дітей, залучаючи до виховання і тілесне покарання.

Комік наводить приклади з власного дитинства, стверджуючи, що індійські батьки не лише б'ють власних дітей, а й навіть не бояться вбити їх, якщо вони будуть змушені це зробити:

➤ *Indian parents will beat their kids.*

➤ *Indian parents aren't afraid to kill their kids if they have to.*

➤ *If I get rid of one I will make another one! And I will tell the new one what an idiot the last one was!* [13, 38:20-38:35]

Звичайно, комік використовує тактику перебільшення, коли говорить про готовність батька вбити власну дитину, адже, як стає зрозуміло з наступних висловлювань, батьки турбуються про дітей, навіть коли ті вже зовсім дорослі. Так, маму-індійку, яка керується стереотипом, що доросла людина повинна мати

сім'ю, турбує питання відсутності дружини у сина, і тому вона хоче привести дівчат додому, щоб він зміг обрати собі жінку:

– *Russel, you are getting older now and you are not married. What if I bring some nice girls home for you?* [13, 3:43-4:00]

Мати дозволяє собі втручатись в особисте життя сина, адже Індія відома одруженням за домовленістю батьків.

Щодо питання відношення індійців до тероризму, то тут не можна обійтися без фрагменту шоу, присвяченого терористичній діяльності:

...The security at the airport, customs, immigration – they really need to learn the difference between a terrorist and an Indian. We are not the same. We are not. We are not from the same part of the world. We don't speak the same language, we don't eat the same food. We don't even hate the same people. Terrorists hate Americans. Indians hate each other. A terrorist will blow up an airport. Indians like to work at the airport! [14, 24:50-25:20]

Дана тема висвітлюється з допомогою тактики контрасту "терористи" – "індійці". На лексичному рівні ця тактика реалізується протиставленням ідей *blow up* – *work*. Також Рассел використовує тактику заперечення негативних фактів (*don't*), підсилюючи висловлювання іронією (*A terrorist will blow up an airport. Indians like to work at the airport*) та тактикою висміювання (*The security at the airport, customs, immigration – they really need to learn the difference between a terrorist and an Indian*). Так, у даному прикладі Рассел висміює некомпетентність працівників аеропортів, які вважають усіх смуглявих терористами, хоча індійці останні, хто схильний до тероризму.

Отже, Рассел Пітерз у своїх шоу характеризує індійців, як надзвичайно скупих (часто протиставляючи їх китайцям та євреям), використовуючи при цьому стратегію групової ідентифікації та оцінно-характеризуючу стратегію; хитрих, таких, які не хочуть працювати фізично (застосовуючи іронію та висміювання), указуючи на невибагливість до умов проживання індійців, специфічну зовнішність (протиставляючи зовнішні риси індійців зовнішності інших жителів Азії). Також він торкається теми

виховання дітей, описуючи при цьому батьків-індійців, як таких, які турбуються про навіть уже дорослих дітей, хоча таких, які не бояться відлупцювати своїх дітей у ранньому віці; проте описуючи їхні миролюбні властивості, зображаючи індійців як таких, які не мають нічого спільного з терористами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алексеева И. А.* Коммуникативные тактики коррекции этнических стереотипов в англоязычных комедийных шоу // Современная филология: теория и практика: материалы XVII международной научно-практической конференции, г. Москва, 8 октября 2014 г. / Науч.-инф. издат. центр "Институт стратегических исследований". – М.: "Институт стратегических исследований", 2014. – С. 8–13.
2. *Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П.* Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Под ред. А. П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.
3. *Клиновская А. А.* Лингвокогнитивные особенности актуализации общественных стереотипов в политическом журнальном дискурсе ФРГ: дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Анна Анатольевна Клиновская. – М., 2007. – 210 с.
4. *Косяков В. А.* Стереотип как когнитивно-языковой феномен (на материалах СМИ, посвященных войне в Ираке) : автореферат дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.19 / Косяков Виталий Александрович. – Иркутск, 2009. – 22 с.
5. *Стефаненко Т. Г.* Этнические стереотипы – функции и свойства [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://psyfactor.org/lib/stereotype8.htm>
6. *Bertucci K. Russell Peters* [Электронный ресурс] / Kristie Bertucci // Dubmaganize, Wednesday, 02 April 2008. – Режим доступа до ресурсу: <http://dubmagazine.com/home/stars/item/8556-russell-peters>
7. *Haygood W.* Why negro humor is so black [Электронный ресурс] / Wil Haygood // The American prospect, 10 December 2001. – Режим доступа до ресурсу: <http://prospect.org/article/why-negro-humor-so-black>
8. *Hilton J. L., Von Hippel W.* Stereotypes [Электронный ресурс] / James L. Hilton, William von Hippel // Annual Review of Psychology, 47. – 1996. – P. 237–271. – Режим доступа до ресурсу: http://www.researchgate.net/publication/5300883_Stereotypes
9. *Hirji F.* "Somebody going to get hurt real bad": The race-based comedy of Russell Peters [Электронный ресурс] / Faiza Hirji // Canadian Journal of Communication. – 2009. – P. 567–586. – Vol. 34. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewFile/2130/2137>
10. *King G.* Film comedy. – London: Wallflower Press, 2002. – 230 p.
11. *Omi M.* In Living Color: Race and American Culture [Электронный ресурс] / Michael Omi // American Makeover. – P. 625–636. – Режим доступа до ресурсу: <https://writeverse.files.wordpress.com/2013/04/inlivingcolor.pdf>
12. *Raskin V.* Semantic mechanisms of humor. – D. Reidel Publishing Company, Dordrecht, Holland, 1985. – 284 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Russell Peters – "Somebody Gonna Get Hurt Real Bad!!!!!!!" (2013). [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <https://www.youtube.com/watch?v=BxRD2IeK3n8>
2. Russell Peters – Outsourced Full Show – Best Stand up Comedy Show Ever – World Tour [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <https://www.youtube.com/watch?v=dIRmUzEatFw>
3. Russell Peters – Red, White and Brown [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : https://www.youtube.com/watch?v=vPrEzv0zL_o

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Т. В. Пилипчук, асп.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Вербализация этнического стереотипа "индиец" в комедийных шоу Рассела Питерса

В статье рассматривается содержание понятия этнического стереотипа, а также анализируются лексические средства его выражения для отображения стереотипных черт индийцев в комедийных шоу.

Ключевые слова: этнический стереотип, этнический юмор, этнический скрипт, коммуникативные стратегии и тактики.

T. Pylypchuk, PhD student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Verbalization of the ethnic stereotype "Indian" in Russell Peters' stand-up shows

The article considers the notion 'ethnic stereotypes' and analyses lexical means of their expression used in comedy shows to display stereotypical traits of Indians.

Keywords: ethnic stereotypes, ethnic humor, ethnic script, communicative strategies and tactics.

УДК 81'25=111=161.2:82-7

О. Г. Підгрушна, асп.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ГУМОРУ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ ПОВІСТІ ДЖЕРОМА К. ДЖЕРОМА "ТРОЄ У ЧОВНІ, ЯК НЕ РАХУВАТИ СОБАКИ"

У статті досліджено стратегії відтворення гумору в чотирьох наявних українських перекладах повісті Джерома К. Джерома "Троє у човні, як не рахувати собаки". Розглянуто труднощі, які виникають при відтворенні специ-

фіки англomовного гумору у художньому творі. Проаналізовано способи, які обирають перекладачі при передачі гумору в іншомовне середовище.

Ключові слова: *переклад, гумор, відтворення, стратегії, перекладність.*

Коли мова йде про англійський гумор, чи не найпершою приходиться згадка про широко відомий твір Джерома К. Джерома. Саме цю повість автора вважають класичним прикладом англійської гумористичної прози. Писати гумористичні твори – справа серйозна, писати їх так, щоб вони викликали сміх через століття ще складніше. А як же їх тоді перекладати? Надзвичайну цікавість викликає те, яким чином вдалося перекладачам відтворити специфіку англійського гумору, яка лежить у творі Джерома. Українською мовою повість перекладали чотири рази. Її видали у 1956 році в перекладі В. Прокопчука, у 1974 році – в перекладі Ю. Лісняка, у 2011 році – в перекладі О. Якушика та у 2014 – за перекладом О. Негребецького. Вже буквально з першої сторінки твору стає очевидно, що перекладацьких проблем виникатиме тут немало.

Однією зі специфічних рис англійського гумору є недовольність, яка у творі виявляється завдяки іронічним висловлюванням та зауваженням автора. У своїх новелах, повістях та есе Джером часто порушує гострі соціальні та моральні проблеми, намагаючись показати безглуздість певних явищ дійсності через добродушний гумор. Названа повість не є тут винятком. Саме завдяки введенню іронії до твору, Джером розкриває абсурдність канонів суспільства вікторіанської епохи. Автор використовує гумористичну іронію у повісті як форму соціальної критики. Важливо й те, що Джером писав повість для англійців свого часу і тематика його гумору притаманна вікторіанській добі, тож історична віддаленість ускладнює передачу гумору. Власне, гумор вікторіанської епохи, в якій Джером Клапка Джером створив свій літературний твір, можна описати як "домашній". Це означає, що він був націлений, головним чином, на риси прийнятого суспільного порядку та всілякі дивацтва стандартного набору персонажів, таких як полісмени, священнослужителі, поліцейських, священнослужителів, вуличних хлопчаків, школярів, бродяг, п'яниць, професорів, художників та різних

ексцентричних особистостей [1, 488]. Це саме робить і Джером. Він обігрує соціальні питання, такі як бідність, надлишок багатства, злочинність; незлостиво сміється над рибалками, залізничниками, гордими, хвастунами, педантами, і, що не менш важливо, над трьома основними персонажами. Джером К. Джером в гумористичній манері обігрує різноманітні реалії, культурно-специфічні поняття, історичні події та персоналій, які невідомі цільовому читачу. Відтворення таких ситуацій потребує чіткого розуміння, з якою метою введена реалія і над чим саме в даному випадку сміється автор твору. Додаткова складність тут ще й у тому, що читачам-українцям невідомо й багато аспектів, пов'язаних із вікторіанською Англією, які обігрує Джером у своїй повісті.

Передача гумористичного наповнення твору з англійської культури в українську напряму залежить від того, як перекладачі сприймають самого автора. Силою художнього слова Джером викликає в читачів усмішку. В одних випадках, при прямій авторській настанові на гумористичний ефект, смішно як читачу англійцю, так і читачам перекладів, бо сміється і сам автор, і його герої. Але Джером описує події в притаманному англійському гумору манері – автор відверто не виявляє свого ставлення до зображуваного, а залишає гумор на рівні натяку. Прозорість чи імплікованість гумору має національну специфіку, і в українській культурі гумор тяжіє до відкритості, неприхованості. Через це виникає одна з основних труднощів передачі англійського гумору в українську культуру – переклад має забезпечити те, щоб український читач розпізнав тонкощі англійського гумору. Для перекладу ж англійського гумору, в основі якого лежить культурно-специфічна складова в першу чергу потрібно правильно визначити, яку функцію вона виконує у створенні гумористичного ефекту. Розгляньмо далі, якими шляхами йдуть перекладачі при вирішенні складного завдання – передачі всіх тонкощів та специфіки англійського гумору Джерома в українську культуру.

Ось, на початку тексту твору автор підсміюється над схильність головного героя до іпохондрії. Герой знаходить у себе всі хвороби, які містяться у медичному довіднику, окрім однієї: *"I plodded conscientiously through the twenty-six letters, and the*

*only malady I could conclude I had not got was **housemaid's knee***" [2, с. 7]. *Housemaid's knee*, буквально: *коліно покоївки*, а мовою медицини – бурсит – запалення колінного суглоба. Головними причинами захворювання є серйозні травми коліна або ж сильні фізичні навантаження. Як свідчать інші "народні" назви захворювання англійською (наприклад *beat knee* (*побите коліно*), *carpet layer's knee* (коліно устилача коврів), *coal miner's knee* (коліно шахтаря), *rug cutter's knee* (коліно закрійника)), хвороба ця була притаманна загалом нижчому класу, робітникам, аж ніяк не джентльменам. Тож і суть гумору лежить в тому, що саме цієї єдиної хвороби наш герой – джентльмен з вищого суспільства – у себе і не знайшов. В. Прокопчук переклав хворобу просто – "єдиним захворюванням якого в мене не було, як я міг зробити висновок, був **ганіт**" [3, с. 6]. Ганіт – це артрит колінного суглобу. По суті, В. Прокопчук лише передав медичну назву описуваної в оригіналі хвороби. Ю. Якушик теж вірно передає суть хвороби: "єдине, чого в мене не було, то це **води в коліні**" [5, с. 7]. Однак в обох випадках в перекладі не збережено потрібних асоціацій. Ю. Лісняк домігся збереження тих асоціацій, які виникали у читача-англійця – як в оригіналі, так і в перекладі функціонує хвороба притаманна нижчому класу: "**не знайшов у себе тільки однієї – раку сажотрусів**" [6, с. 7]. Що не менш важливо – перекладач не порушив і самотності твору, адже цю хворобу вперше було клінічно описано англійським лікарем, хірургом шпиталю св. Варфоломія в Лондоні – сером Персівалем Поттом у 1775 р і визнано професійною хворобою лондонських сажотрусів. А от О. Негребецький зовсім змінює назву хвороби: "*єдиною хворобою, якої я у себе не знайшов, була **мастопатія***" [4, с. 5]. Мастопатія – це захворювання молочної залози, притаманне в більшій мірі жінкам. Використовуючи назву цієї хвороби, перекладач, по-перше, порушує самотність твору, адже у вікторіанській Англії такої назви ще не існувало, а по-друге і змінює суть гумору – герой не знайшов у себе цієї хвороби через те, що він чоловік, а не жінка, а не через те, що джентльмени вікторіанської Англії не займалися важкою фізичною працею.

На початку шостого розділу твору Джером сміється над специфічним явищем свого суспільства, а саме над пристрасстю англійців до "історичних місць" та "історичних легенд" [7, с. 25–26]. У другій половині XIX сторіччя, коли в Англії почав активно розвиватись туризм, мало не кожен придорожній паб чи трактир рекламувався господарями як місце, де побувала якась історична особа: *"Cæsar, like, in later years, Elizabeth, seems to have stopped everywhere: only he was more respectable than good Queen Bess; he didn't put up at the public-houses. She was nuts on public-houses, was England's Virgin Queen. There's scarcely a pub of any attractions within ten miles of London that she does not seem to have looked in at, or stopped at, or slept at, some time or other"* [2, с. 54]. Гумористичний ефект посилюється й за рахунок використання розмовної лексики. В. Прокопчук відтворює абзац у нейтральному тоні, навіть ідіому *to be nuts on* (дуже любити) нейтралізує: *"Цезар, як і королева Єлизавета через багато років, здається, зупинявся всюди; тільки більше поважав себе і не зупинявся в трактирах, як наша добра королева Бесс*. Вона відчувала надзвичайне уподобання до трактирів, ця англійська королева. Навряд чи можна знайти на відстані десять миль від Лондона такий трактир будь-якого гатунку, в якому б вона не зупинялась, не ночувала коли-небудь або щось інше"* [3, с. 46]. Не відтворює він і народного імені Єлизавети, перекладаючи просто – *ця англійська королева*. Таким чином, неначе, відчужуючись від того, що мову таки веде англієць. До того ж, перекладач ще й додає невеликий коментар: *"*Бесс – скорочене від Єлизавета"*, доцільність якого сумнівна. Дивно й те, що в скороченому імені королеви наявне подовження двох літер *с* – це порушення правопису української мови. У Ю. Лісняка перекладено простою розмовною мовою, яка органічно вливається в контекст: *"Цезар, як згодом Єлизавета, здається, зупинявся всюди, тільки він більше додержував пристойності, ніж королева Бесс: не ночував у корчмах. Ох, як вона любила корчми, наша королева-панна! За десять миль навкруг Лондона навряд чи знайдеться хоч одна більш-менш пристойна корчомка, до якої вона не заїздила, чи не спинялась, чи не ночувала там"*

[6, с. 54]. Ідіому перекладач теж передає нейтрально, однак за рахунок вигуку *ох*, розмовного *більш-менш пристойна корчомка*, і т.д., домагається такого самого невимушеного тону, як і в оригіналі. О. Негребецький вибирає лексику експресивнішу: *шанувати себе, шаліла, готельчик*: "*Цезар, як і значно пізніше Єлизавета, здається, зупинявся скрізь. Тільки він шанував себе більше, ніж добра королева Бес, – не ночував у трактирах. Вона шаліла від трактирів і пивних, наша англійська королева-діва. Навряд чи був хоч один пристойний паб або готельчику межах десяти миль од Лондона, куди б вона свого часу не зазирнула, де б не зупинилась чи не переночувала*" [4, с. 59]. О. Якушик також вибирає експресивну лексику: *бігати по пивницях, обожнювати*: "*Здавалося, Цезар, як пізніше і Єлизавета*, був усюди. Щоправда, він був більш розсудливим, ніж королева Бесс, і не бігав по пивницях. Ця Непорочна Королева Англії просто обожнювала пивниці. Навряд чи можна знайти більш-менш привабливий заклад у десяти милях довкола Лондона, де вона не бувала б – чи зупинялася на ніч, чи просто інколи зазирала*" [5, с. 66]. До того ж, він подає культурологічний коментар: "** Єлизавета I (королева Бесс, Непорочна Королева) – королева Англії з династії Тюдорів (1558-1603)*". Цікаво, що О. Якушик єдиний зберіг народне ім'я Єлизавети, попередньо подавши його у коментарі (А от у скороченому її імені – Бес – робить ту саму помилку, що й В. Прокопчук). Таким чином він обіграв протиставлення: саме Непорочна королева обожнювала паби. До речі, й у Ю. Лісняка це протиставлення збережено: фраза *любила корчми* поряд із шанобливим *королева-панна*, як і у О. Негребецького – стилістично знижене *шаліла* у поєднанні із *королева-діва*. Єдине, що ніяким чином не відбилося в усіх перекладах – це глибинний культурний підтекст гумористичного обігрування.

Одним з найпотужніших засобів створення гумору у повісті Джерома є гра слів. Вона захоплює увагу читача, виділяється з навколишнього тексту. Гра слів має важливе стильове значення, а надто для перекладача, який стикається тут з доволі високим мовним бар'єром. Відтворення гри слів вимагають від перекла-

дача і значної уваги – адже далеко не завжди її легко помітити у тексті твору. Ось герої після вечері закурюють люльки і розмовляють: *"Harris said that the danger about desert islands, as far as he had heard, was that they were so damp: but George said no, not if properly **drained**. And then we got on to **drains**, and that put George in mind of a very funny thing that happened to his father once"* [2, с. 98]. Завдяки двозначність слова *drain* автор створює гру слів: у першому випадку воно позначатиме процес відведення зайвої вологи з землі, а в другому ж автор звертається до інших значень слова, пов'язаних з процесом пиття (*drain* може означати і чарока, і порція пива, і випивати до дна). Виходить, що не розмова про дренажі нагадала Джорджеві про кумедну історію, а саме слово *drain* та інше його значення. Таким чином, перехід до історії Джорджа буде абсолютно логічним, адже її кумедність якраз і пов'язана із вживанням алкоголю – Джорджів тато та його друг мали ночувати в готелі та перед тим, як іти спати, гарно провели час у веселій компанії й були напідпитку, через що лягли в одне ліжко й вирішили, що біля кожного лежить якась інша людина та натовкли один одному боки. В. Прокопчук вводить у текст вирази *дренажні роботи* та *дренажні канали*: *"Гарріс заявив, що, наскільки йому відомо, небезпека на безлюдних островах полягає в тому, що вони заболочені. Але Джордж заперечив проти такого твердження, сказавши, що ніякої небезпеки там нема, якщо провести **дренажні роботи**. Потім ми поговорили про **дренажні канали**, і це нагадало Джорджу один дуже смішний випадок, що трапився одного разу з його батьком, коли той подорожував з своїм приятелем по Уельсу"* [3, с. 89]. Чому б то дренажні канали нагадали Джорджеві про ту історію, яка описується далі по змісту зовсім не зрозуміло, тож такий переклад порушує логіку викладу. Та й сумнівно, що гумор зберігся. О. Якушик зупиняє вибір на дієслові *осушування*: *"Гарріс сказав, що, наскільки він чув, найгірше на безлюдних островах те, що там дуже волого. Джордж відповів, що, якщо добре **осушити** острів, то буде все гаразд. Тоді ми перейшли до теми **осушування**. Тут Джорджеві згадалася дуже смішна історія, яка одного разу трапилася з його батьком"* [5, с. 126]. О. Негре-

бецький перекладає словом *осушення*: "Гарріс сказав, що, як він чув, безлюдні острови небезпечні тим, що мокрі; однак Джордж заперечив, що не мокрі, якщо на них проведено **осушення**. Розмова перейшла на **осушення**, і це нагадало Джорджеві дуже смішний випадок, що колись був стався з його батьком" [4, с. 118]. На відміну від О. Якушика, перекладач ставить дієслово в однакових формах в обох реченнях. Зазначимо, що слово *осушення* в українській мові має ті самі значення – і процес зневоднення землі, і процес випивання до дна певної рідини. Тож, можна сказати, що О. Якушик та О. Негребецький частково відтворюють гру слів. Та немає гарантії, що в уяві читачів реалізується друге значення, особливо в контексті попередньої розмови. Ю. Лісняк також використав слово *осушення*: "Гарріс зауважив, що на безлюдних островах, як він чув, буває дуже вогко, а вогкість небезпечна для здоров'я; однак Джордж заперечив, що це діло не страшне, коли острів добре **осушений**. Далі розмова перейшла на **осушення**, і Джорджеві пригадалась одна кумедна історія, що сталася з його батьком" [6, с. 102]. Однак перекладач додає ще й невелике уточнення далі по тексті – повторює слово *осушити* в лапках вже в іншому контексті: "Компанія склалась весела, засиділись допізна, **"осушили" чимало**, і, коли настав час лягати спати, Джорджів батько з товаришем (обидва тоді ще зовсім молоді) були трохи напідпитку" [6, с. 102]. Завдяки цьому прийому перекладач забезпечує реалізацію значення *осушити* у сенсі *випити* алкогольний напій.

Специфічна риса гумору притаманна англійській культурі, яка чітко проявляється у творі – це тонке обігрування різноманітних ситуацій та явищ, про які в українській культурі зазвичай не жартують. В першу чергу це тема смерті. Ось, наприклад, в епізоді, коли герої п'ють чай з прокип'яченої річкової води, вони бачать таку картину: "*Harris and I followed his gaze, and saw, coming down towards us on the sluggish current, a dog. It was one of the quietest and peaceffullest dogs I have ever seen. I never met a dog who seemed more contented—more easy in its mind. It was floating dreamily on its back, with its four legs stuck up straight into the air. It was what I should call a full-bodied dog, with a well-*

developed chest. On he came, serene, dignified, and calm, until he was abreast of our boat, and there, among the rushes, he eased up, and settled down cosily for the evening". Показовим є те, що автор не описує прямо, що саме побачили герої, замість цього подає лише тонкі натяки читачеві. Цілком зрозуміло, що пес насправді неживий. Гумор викликає той факт, що автор описує його, так, наче він живий. Однак у перекладі В. Прокопчука перша ж фраза відтворена так: *"Ми з Гаррісом простежили за його поглядом і побачили, що течія несе до нас собаку"* [с. 122]. Перекладач одразу стирає ту недовомленість, яка була в оригіналі і всі подальші описи вже будуть очевидними. У перекладах О. Якушика, Ю. Лісняка та О. Негребецького такої помилки не зроблено. Та проблема в іншому – навіть за умови збереження недовомленості немає впевненості в тому, що цільовий читач зможе адекватно оцінити такий жарт.

Порівнюючи стратегії відтворення особливостей гумору у творі Джерома К. Джерома "Троє у човні" чотирьох перекладачів, можна стверджувати, що саме Ю. Лісняк найуспішніше відтворює ці особливості у перекладі. Він не прив'язується до букви оригіналу, знаходить нестандартні творчі розв'язки. Його переклад характеризується невимушеністю мовлення і природним звучанням. Очевидно, що Ю. Лісняк місцями навіть тяжіє до підсилення іронії Джерома. Однак таку творчу настанову можна виправдати – перекладач робить це свідомо для того, щоб український читач напевне вловив гумор. Ю. Лісняк у більшості випадків не передає гри слів, зосереджуючись на відтворенні загального гумористичного тону обіграної ситуації та компенсуючи її додаванням експресії. Варто зауважити, що в тих випадках, де перекладач таки відтворює мовну гру, він робить це дуже зважено, зберігає й інваріант гумору, і надає мовній грі природного українського звучання. У Ю. Лісняка можна простежити обдуманий і системний підхід до відтворення культурно-обумовленого гумору. Він вдається до двох основних способів передачі реалій: або замінює їх, зберігаючи при цьому їхню функцію, і, таким чином, забезпечує передачу гумору, або подає коментар, який пояснює саме той їх аспект,

який у даному випадку важливий для розуміння гумору. Саме переклад Ю. Лісняка відзначається високою перекладацькою компетентністю і фаховістю, наявністю у перекладача творчого підходу і мистецького кредо.

Переклад Ю. Прокопчука, тяжіє до буквалізму. Його обтяжливі стилістичні конструкції та неточні тлумачення образності значно послаблюють гумор оригіналу. Хоча загальний іронічний тон тут і збережено, однак він не настільки відчутний, як у перекладі Ю. Лісняка. В. Прокопчук передає майже всі випадки мовної гри, однак не завжди зберігає при цьому її змістовий компонент. До того ж, його переклади мовної гри звучать українською мовою доволі неприродно. В. Прокопчук вводить у переклад коментарі, коли відтворює гумор пов'язаний із реаліями, історичними особистостями. Та часто ці коментарі не виконують потрібної функції, не дають читачеві того контексту, який би міг допомогти розпізнати гумор. Негативною рисою перекладу В. Прокопчука є й наявність у ньому русизмів. Переклад О. Якушика характеризується нижчим, у порівнянні із перекладами В. Прокопчука та Ю. Лісняка, рівнем відтворення гумору. Причина криється в тому, що перекладач, як це засвідчує його текст, просто не розпізнає іронічності в оригіналі, через що й не передає її. У його перекладі спостерігається й додавання чи розширення тексту задля пояснення того, що має читатись між рядків. Мовної гри О. Якушик у більшості випадків не відтворює, однак, що важливо, і не компенсує іншими засобами. Визначити ж у нього якусь певну систему відтворення гумору Джерома досить складно через невмотивованість творчих прийомів цілісним розумінням змісту твору. Стосовно наявності коментарів у О. Якушика спостерігаємо переобтяження художнього твору історичною та культурологічною інформацією. Підхід О. Негребецького до перекладу гумору в оповіданні Джерома також характеризується відсутністю витриманої стратегії. В одних випадках він підсилює іронічний тон оригіналу, в інших, навпаки, тяжіє до буквалізму. Гра слів, як і у О. Якушика відтворюється перекладачем ситуативно. Простежується у перекладі О. Негребецького і його особистий стиль – вживання над-

експресивної лексики, розмовного стилю. Негативним наслідком цього є те, що це значно знижує авторський стиль в епізодах, де автор віддається філософським або романтичним роздумам. Видається дивним, що майже через 40 років після виходу у світ твору в перекладі Ю. Лісняка, наступні переклади виявились кроком назад.

Українські читачі позитивно оцінюють повість Джерома і сміються, читаючи книгу рідною мовою. Але глибинні культурно-історичні контексти, які обігрує Джером заради сміхового ефекту, залишаються не відтвореними в усіх аналізованих перекладах, і саме їх не відчують українські читачі. Однак, тут варто віддати належне Ю. Ліснякові, адже з його перекладу очевидно, що він намагався нехай частково, проте свідомо передати своєму читачеві, що саме обігрує автор, і робив це за допомогою коментарів, додавання пояснювальних елементів та розширення тексту. Попри це, значну частину гумористичного змісту твору в його перекладі все одно втрачено з причин об'єктивного співвідношення сміхових традицій. З огляду на множинність сучасних критеріїв оцінки праці перекладача та вимог до якості перекладу залишається відкритим і дискусійним питання: чи виконують переклади своє основне завдання сповна? Інакше кажучи, чи передали українські перекладачі англійський гумор адекватно в його тонкощах? Адже аналітичне порівняння їхніх тлумачень з оригіналом доводить, що український читач бачить лише верхівку айсберга і сміється не зі справжньої суті обіграваних явищ, а лише із того, що бачить на поверхні, – здебільш з описуваних у творі кумедних ситуацій та з експресивної мови, але рідко з тих вишуканих поворотів думки і тонкої гри імплікованими сенсами, якими так пишуться англійці. Тож чи можна взагалі передати всі відтінки англійського гумору українському читачеві так, щоб він їх зрозумів сповна та ще й посміявся на англійський манір? Відповідь швидше негативна, аніж позитивна, проте не категорично негативна, адже національний гумор знає свою міру переходу в інші культури, як і міру сприйняття у власній культурі, яка змінюється історично. Проведений аналіз українських перекладів повісті Джерома підтверджує, що є об'єк-

тивні межі перекладності англійського гумору, які не регулюються наявністю творчого хисту чи хибної стратегії та помилок у перекладача. Цей неперекладний залишок є гарантом національної самобутності гумору і цілком узгоджується з вченням В. Гумбольдта і О. Потебні про мову кожного народу як унікальне знаряддя пізнання світу, зокрема і в його аж до смішного суперечливих речах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The Oxford Companion to the English Language / [ed. by T. McArthur]. – Oxford : Oxford University Press, 1992 – 1184 p.
2. Jerome K. Jerome. Three men in a boat (to say nothing of the dog) / Jerome K. Jerome, Penguin Books, 1994. – 185 p. – ISBN 0140621334.
3. Джером К. Джером. Трое в одному човні (нічого не кажучи про собаку) / Джером К. Джером ; пер. з англ. Володимир Прокопчук – К. : Державне видавництво художньої літератури, 1956. – 176 с.
4. Джером К. Джером. Трое у човні (не кажучи про пса) / Джером К. Джером ; пер. з англ. Олекса Негребецький – К. : "Знання", 2014. – 236 с. – ISBN 978-617-07-0177-0.
5. Джером К. Джером. Трое в одному човні (якщо не рахувати собаки) / Джером К. Джером ; пер. з англ. Олег Якушик – К. : "Країна Мрій", 2011. – 250 с.
6. Джером К. Джером. Трое в одному човні (як не рахувати собаки). Оповідання / Джером К. Джером ; пер. з англ. Юрій Лісняк – К. : "Дніпро", 1974. – 311 с.
7. Varghese L. M., Idiculla A. Humour as Social Critique in Pickwick Papers & Three Men in a Boat / L. M. Varghese, A. Idiculla // International Multidisciplinary Research Journal "European Academic Research", 2015. – Vol. 2 – Issue 10. – P. 17–30. – ISSN 2286-4822.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. Г. Подгрушная, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Стратегии воссоздания юмора в украинских переводах повести Джерома К. Джерома "Трое в лодке (не считая собаки)"

В статье исследованы стратегии воспроизведения юмора в четырех имеющих украинских переводах повести Джерома К. Джерома "Трое в лодке (не считая собаки)". Рассмотрены проблемы, возникающие при воспроизведении специфики англоязычного юмора в художественном произведении. Проанализированы способы, которые выбирают переводчики при передаче юмора в инокультурных среду.

Ключевые слова: перевод, юмор, воссоздание, стратегии, переводимость.

O. Pidgrushna, PhD Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Strategies of humor recreation in Ukrainian
translation of the novel by Jerome K. Jerome
"Three Men in a Boat (to say nothing of the dog)"**

The article discusses strategies of humor recreation in four existing Ukrainian translation of the novel by Jerome K Jerome "Three Men in a Boat (to say nothing of the dog)". The problems arising during the process of recreation of the peculiarities of English humor in fiction are discussed. The ways, which translators choose for the transmission of humor in the different cultural environment are studied and analyzed.

Keywords: translation, humor, recreation, strategies, translatability.

УДК811.14'06'373.43(045)

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

**НЕОЛОГІЗМИ ЯК ЗАСІБ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ
НОВОГРЕЦЬКОЇ МОВИ**

У статті розглянуто шляхи оновлення лексичного складу новогрецької мови, зокрема неологізми як засіб мовної інтелектуалізації, які полягають у використанні нової абстрактної лексики, калькуванні та перекладі або перифразі термінізованої лексики.

Ключові слова: корпус неологізмів, термін, словотвір, калькування, неологізація, інтелектуалізація.

Темпи розвитку суспільства безпосередньо впливають на стан мови кожної країни та окремої соціальної групи. Динамічні зміни, що відбуваються у всіх сферах життя людини, відображаються в мові, інноваційних процесах на всіх рівнях мови, в інтеграції функціональних стилів [Клименко 2008, 173]. Виникнення великої кількості абстрактних явищ, понять, дій та процесів, зумовлених екстралінгвістичними чинниками та внутрішньомовними процесами, включає механізм інтелектуалізації мови, тобто введення в загальний мовний обіг відповідних неологізмів, неосемантизмів, іншомовних слів, термінів та інших лексичних одиниць з абстрактними якостями. Цей процес засвідчили члени Празького лінгвістичного гуртка на початку ХХ сто-

річчя (1929 р.) [Клименко 2008, 151]. Спостереження та вивчення шляхів інтелектуалізації мови зумовило появу великої кількості досліджень у цьому напрямку таких науковців, як Є.А. Карпіловська, Л.П. Кислюк, Н.Ф. Клименко, Л.І. Шевченко, Я.В. Януш та інших. На прикладі новогрецької мови це явище досліджувала Н.Ф. Клименко порівняно з українською мовою. Аналізуючи наукові праці грецьких дослідників стосовно вивчення процесів інтелектуалізації новогрецької мови, можна припустити, що цей феномен вони теж розглядають у розрізі неології. Статтю присвячено неологізації як засобу інтелектуалізації новогрецької мови, що обумовлює її **актуальність** для подальшого та всебічного аналізу процесів та закономірностей оновлення лексичного складу грецької мови.

Н.Ф. Клименко визначає такі прояви інтелектуалізації мови: збільшення кількості назв абстрактних дій, процесів, станів, термінування та детермінування лексики, посилення словотворчих процесів [Клименко 2009, 100].

Метою статті є дослідження інноваційних процесів, що спричиняють інтелектуалізацію новогрецької мови. **Предметом** дослідження в межах цієї статті є процес оновлення лексичного складу новогрецької мови. **Об'єктом** виступають шляхи та способи інтелектуалізації грецької мови. **Наукова новизна** досліджуваної проблеми полягає у спробі вивчення та висвітлення закономірностей мовних змін, що сприяють оновленню лексики і, як наслідок, її інтелектуалізації на матеріалі грецької мови. **Фактичним матеріалом** дослідження правлять корпуси неологізмів (бюлетені наукових термінів та неологізмів 1–11) [Δελτία επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών, Τεύχη 1–11]. Укладачі неологічних словників, корпусів неологізмів та науковці дослідницьких неологічних грецьких центрів, зокрема Центру дослідження наукової термінології та неологізмів Атенської академії, приділяють особливу увагу упорядкуванню наукових термінів різних галузей знання (астронавтики, медицини, економіки, хімії, ядерної енергетики, мовознавства та інших), іншомовних термінів, які, на думку науковців, підлягають заміщенню перекладеними грецькими відповідниками, наявними в обігу або утвореними за допомогою засобів грецького словотворення. Цю

тенденцію, що визначає спосіб організації мовного матеріалу, упорядники визначають у передмові до кожного нового бюлетеню [Γιοχάλας 1997, 2000; Χριστοφίδου 2009, 2012].

Новогрецькій мові останніх десятиріч XX ст. та початку XXI ст. притаманна велика кількість неологізмів-запозичень, які в більшості випадків є інтернаціоналізмами, та неосемантизмів, що ілюструють абстрактні явища, поняття, ознаки та інше. Наприклад: неадаптовані лексичні інновації: *spam*, *gadget*, *roaming*, *hacking*, *networking*, *in*. [Δελτίο 9-10]; відтворені грецькими літерами: *το κόνσεπτ*, *το πρότζεκτ*, *το κάστινγκ*, *το τσατ*, *το ντραфт*, *τρέντι*, *λάιτ*, *in*. [Δελτίο 9-10]; призвичаєні до граматичної та фонологічної систем новогрецької мови: *το πουσάρισμα (η προώθηση)*, *ο ακτιβισμός*, *μανιπ(ι)ουλάρω*, *τεστάρω* та інші [Δελτίο 9-10].

Композити-назви абстрактних дій, запозичені з англійської мови, грецькі термінологи фіксують у словниках з перекладеним або перифразовують відповідником новогрецькою мовою, який рекомендовано до вживання. Наприклад: *brainstorming* – *ο καταγισμός ιδεών*, *broadsheet (εφημερίδα)* – *(η εφημερίδα) μεγάλου σχήματος*, *mainstream* – *το κυρίαρχο ρεύμα*, *cyberbullying* – *δικτυοπαρενόχληση*, *spyware* – *το κατασκοπευτικό λογισμικό*, *chatroom* – *ο χώρος δικτυοσυνομιλίας* [Δελτίο 9-11].

Фразові неологізми-запозичення, зазвичай з абстрактними ознаками, відтворюються новогрецькою мовою у формі композитів або фразових лексичних інновацій. Наприклад: *case study* – *η μελέτη περίπτωσης*, *environmental group* – *η περιβαλλοντική οργάνωση*, *exit poll* – *η μεταδημοσκοπήση*, *hot line* – *η γραμμή επειγόντων*, *promo tour* – *η περιοδεία προβολής*, *soft power* – *η ήπια ισχύς*, *internet banking* – *η δικτυοτραπεζική* ([Δελτίο 9-10].

Вивчаючи лексику, що її включено до бюлетенів Центру за окремими термінологічними реєстрами (з питань астронавтики, медицини, економіки, хімії, мікрофотографії, енергетики, ядерної енергетики, мовознавства тощо), можна засвідчити вагомий внесок упорядників до становлення грецького термінознавства та спроби донести до широкого кола мовців запозичену складну термінізовану лексику, наприклад *back drafting* – *η ανακυκλοφορία (αέρα)*, *availability* – *η διαθεσιμότητα*, *collector* – *ο (ηλιακός)*

συλλέκτης, green power – η καθαρή ενέργεια, global warming – η планητική υπερθέρμανση та інші [Делтіо 11]. Внаслідок широкого використання лексичних одиниць мовцями у теперішньому часовому зрізі простежується втрата термінологічного навантаження деякими лексемами, тобто детермінування лексики. Наприклад, зафіксована в подвійному бюлетені Центру в тематичному реєстрі економічних термінів (який було опубліковано в 1990 році) лексема *το προϊόν* в значеннях: *Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, αύξηση κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος, βιομηχανικά / μεταποιητικά προϊόντα, υποκατάστατα προϊόντα* та інші [Делтіо 3–4], зазнавши широкого вжитку в публіцистичних, економічних, суспільно-політичних текстах, вже не сприймається мовцями як термінізована лексема: *βασικά προϊόντα, προϊόντα διατροφής, καταναλωτικά προϊόντα, αγορές γεωργικών προϊόντων* та інші [Делтіо 6].

У сучасній новогрецькій мові збільшується кількість композитів, утворених за допомогою кількох (більше двох) основ, наприклад: *η αεροτοπογράφηση, το ευρωμονόδρομος, το ευρωχρεόγραφο, η οικοτρομοκρατία, η τηλεοπτικοποίηση, η τηλεψηφοφορία, η φωτοχαρτογράφηση, η φωτοχημειοθεραπεία* та інші [Делтіо 11].

Словотвірною активними виступають афікси: *ανα-, αντι-, απο-, δια-, δυσ-, εν-, εκ-, ενδο-, επι-, μετα-, παρα-, προ-, συν-, υπερ-, υπο-, -αρω*, інші, наприклад, *αναπρογραμματίζω, η αντιγήρανση, η αποχρέωση, διαγαλαξιακός, η δυσорθογραφία, η εμβιομηχανική, ενδοεταιρικός, μετέφηβος, το προδάσος, η υπερζήτηση, η υφαλμύριση* [Делтіа 9–11]. Але найбільш численні групи неологізмів утворюють афіксоїдні компоненти: *αερο-, ανοσ-, βιο-, βιντεο-, γεω- δικτυο-, εθνο-(εθνικό-), εμπορο-, ευρω-, ηλεκτρο-, ηχο-, ιστο-, κυβερνο-, μακρο-, μικρο-, μονο-, νανό-, οικο-, πολυ-, τηλε-, τρομο-, φιλ-, -θεραπεία, -φοβία, -βορος*, інші, наприклад *η ευρωανάπτυξη, μακροθρεπτικός, η μικροκλίμακα, η μονοθεραπεία, η παιγνιοθεραπεία ο φιλοευρωπαϊστής, ο τρομοπόλεμος, η τεχνοφοβία, κοστώβορος* та інші [Делтіа 9–11]. Таку продуктивність можна пояснити появою великої кількості комбінованих понять та реалій, що потребують відображення різного ступеню їхніх ознак, мотивованої виразності, негативного забарвлення тощо. Таким чином,

активуються механізми морфологічних, семантичних, синтаксичних змін, що посилюють словотвірні функції лексем. Так, афіксоїд *ανοσ-*, який утворено за допомогою префікса *α-* та основи *-νοσ-* на позначення певних характеристик та стану імунної системи людини, формує цілий ряд лексичних інновацій, наприклад *η ανοσολογία, η ανοσοδιέγερση, ανοσοκατασταλτικός, το ανοσοκύτταρο, η ανοσοανεπάρκεια* та інші [Δελτία 9–11]. Стрімкий технологічний розвиток та широке використання нанотехнологій зумовлюють появу достатньої кількості неологізмів з афіксоїдним компонентом *νανο-*, наприклад *η νανοδομή, η νανοεπιστήμη, ο νανοκινητήρας, ο νανοκόσμος, το νανοτρόφιο, το νανοφάρμακο, νανοτεχνολογικός* [Δελτία 9–11].

Велика кількість неологізмів-комполітів утворена з афіксоїдним компонентом *-ποίηση*: *η θεαματοποίηση, η ιδεολογικοποίηση, η προσφυγοποίηση, η τεχνικοποίηση, η φτωχοποίηση*. Фіксуєчи зазначені лексичні одиниці, укладачі корпусу наукових термінів та неологізмів (Δελτία 5–11) зазначають випадки зловживання у широкому використанні цього компонента [Χριστοφίδου 2012, 17], тому пропонують замінити його іншими афіксами: *-ευση, -ηση, -ιση, -ισμος, -υση, -υνση, -ωση*: *η γαλακτοποίηση – η γαλάκτωση, η ισχυροποίηση – η ενίσχυση, η ειρηνοποίηση – η ειρήνευση, η εκβιομηχανοποίηση – η εκβιομηχάνιση, η απανθρωποίηση – η απανθρώπιση, η υλοποίηση – η πραγματοποίηση* (з заміною кореневого компоненту), *η ομалоποίηση – η εξομάλυνση, η ηρωοποίηση – ο αφηρωισμός* (з використанням префікса) [Δελτία 7, 9–11]. Трапляються також випадки повної заміни лексеми: *η αποθоруβοποίηση – η ηχοκαταστολή, η καρτελοποίηση – η αποδελτίωση* [Δελτίο 7].

Відображення впливу процесів глобалізації та, як наслідок, інтернетизації сучасного життя на посилення інноваційних перетворень лексики відбувається за допомогою тлумачення термінів та нових (на час введення в обіг) понять. Зазвичай пояснення, англійською або грецькою мовою відповідно, подається в тексті статті у дужках. Наприклад:

Την άποψη ότι όλοι οι τηλεπικοινωνικοί οργανισμοί θα πρέπει να προσφέρουν υπηρεσίες 'παραγγελίας ταινιών' (video on demand) εκφράζει σε πρόσφατη μελέτη της η εταιρεία Ονιm. (ΕΘΝΟΣ, 26-5-07)

та *(Inter)pol*, *Eurostat* – *Ευρωστατιστική* від *euro* – *ευρω*- та *(stat)istics* – *στατιστική*, *askillity* – *δυνατότητα και δεξιότητα* від *a(bil)ity skill* [Дελтіа 9–10]. Це явище дуже поширене у рекламних та публіцистичних (частіше в назвах статей) текстах, наприклад "*Аσφα-λύσεις, Αίγαion, Ασφαλιστική*" *Ελευθεροτυπία* 6-4-2008, *Το Βήμα* 30-3-2008 від *(ασφα)λίσεις* та *(λύσεις)* [Κατσούδα, Κρητικού 2009, 440, 454–455].

Отже, у сучасній новогрецькій мові безперервно відбувається інтелектуалізація мови через оновлення її лексичного складу, запровадження нової абстрактної лексики, калькування і переклад запозичень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі / Н. М. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К. : Видавничий дім Бураго, 2008. – 336 с.
2. Клименко Н. Ф. Неологізми у різних стилях української та новогрецької мов / Н. Ф. Клименко // Українська елліністика. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – С. 344–352.
3. Клименко Н. Ф. Термінування і детермінування в процесах інтелектуалізації сучасної української мови / Н. Ф. Клименко // *Studia Linguistica*: Збірник наукових праць. – 2009. – Вип. 3. – С. 100–107.
4. Δελτίο επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών: Τεύχος 6 (Με ανατύπωση τω τεύχων 1-5) / Прол. Т. П. Γιοχάλας. – Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών, 1997. – 744 σ.
5. Δελτίο επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών: Τεύχος 7 / Прол. Т. П. Γιοχάλας. – Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών, 2000. – 244 σ.
6. Δελτίο επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών: Διπλό τεύχος 9–10 / Επμ. Α. Χριστοφίδου. – Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών, 2009. – 476 σ.
7. Δελτίο επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών: Τεύχος 11 / Επμ. Α. Χριστοφίδου. – Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών, 2012. – 290 σ.
8. Κατσούδα Γ., Κρητικού Π. Οπτικοί συμφυρμοί. / Γ. Κατσούδα, Π. Κρητικού // Δελτίο επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών: Διπλό τεύχος 9–10. – Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών, 2009. – Σ. 439–458.
9. Χριστοφίδου Α. Δίκτυο-. Μια γλωσσολογική πρόταση / Α. Χριστοφίδου // Δελτίο επιστημονικής ορολογίας και νεολογισμών: Διπλό τεύχος 9–10. – Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών, 2009. – Σ. 461–476.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Е. В. Пичахчи, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Неологизмы как средство интеллектуализации новогреческого языка

В статье рассмотрены проблемы неологизации, пути обновления лексического состава новогреческого языка и освещены способы его интеллектуализации, которые заключаются в использовании новой абстрактной лексики, калькировании, переводе или перифразе терминированной лексики.

Ключевые слова: корпус неологизмов, термин, словообразование, калькирование, неологизация, интеллектуализация.

O. Pichakhchy, PhD Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Modern Greek neology as a source of language intellectual development

The article deals with the problem of lexical innovations, the ways of Modern Greek vocabulary updating and highlights the methods of intellectual development of the language, such as using the new abstract vocabulary, calquing, translating or paraphrasing the terminology lexicon.

Keywords: neologisms' corpus, term, word formation, calquing, neologization, intellectual development.

УДК' 81'255.4:161.2:811.111:811.112.2

Б. О. Плющ, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ДИСПАРИТЕТ У КОНТЕКСТІ ПЕРЕКЛАДІВ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОЗИ АНГЛІЙСЬКОЮ ТА НІМЕЦЬКОЮ МОВАМИ

Consider the people, not the things.
Anthony Pym

Стаття має на меті розгляд перекладацького диспаритету в перекладі української прози англійською та німецькою мовами з позицій нарративно-комплексного й соціологічного підходів, із акцентом на перекладачознавчому аспекті перекладу.

Ключові слова: перекладацький диспаритет, перекладач, непрямий переклад, перекладачознавство, відповідальність перекладача, нарративне фреймування, етика перекладача, телос, пакт перекладу.

Переклади української прози іншими європейськими мовами є одним із інструментів формування іміджу України в культурному просторі Європи. Проте становище української мови на лінгвістичній карті світу не назвеш сприятливим. Вона належить до когорти так званих рідкісних, "малих" [3:53] або периферійних мов, з-поміж яких також виокремлюють каталонську, китайську, голландську, іврит, скандинавські мови і т. д. [9:141]. Відповідно й переклади українського художнього слова були й, на жаль, лишаяться "рідкісними подіями" міжнародного літературного життя. Їхній динаміці притаманні хаотичність, вибіркковість, місіонерство/волонтерство тощо. Головною характеристикою таких процесів є імпліковане значення: сам факт перекладу української прози – уже неабияке "досягнення". За такого стану речей *перекладацький диспаритет* неминучий. Він означає нерівність (нерівнозначність загальноприйнятним) умов перекладу, телосу [4:17], вимог до перекладача, пакту перекладу [1:271] й відповідальності [8:56] перекладача, яка має місце саме при перекладі "периферійної" або "маленької" літератури, до якої належить й українська.

Одним із найяскравіших увиразнень перекладацького диспаритету в перекладах української прози є її непрямої переклад. Малодослідженість непрямого перекладу як явища, хаотичність ідей у встановленні його метамови та його особлива "енігматична" (втаємничена) природа функціонування в рамках українського перекладного слова спонукала нас до низки студій², в яких на прикладах окремих творів української літератури та їхніх

² Див. наукові статті Плющ. Б. : "Ідіостиль Івана Франка крізь призму непрямого перекладу: повтор та алітерація" (Мовні і концептуальні картини світу. Зб. наук. праць / Редколегія: В. Б. Бурбело, А. Д. Белова (відп.редактор), І. О. Голубовська, О.С. Снитко та ін. – Вип. 46 (Ч. 3). – К. : Київський університет, 2013. – С. 191–200.); "Стильотворчі засоби (реалії та алюзії) роману І. Багряного "Тигролови" та специфіка їхнього відтворення в англомовному та непрямої німецькомовному перекладах" (Мовні та концептуальні картини світу. Зб. наук. праць / Редколегія: А. Д. Белова (відп. редактор), В. Б. Бурбело, І. О. Голубовська, Н. Ю. Жлуктенко та ін. – Вип. 47 (Ч. 2.). – К: Київський університет, 2014. – С. 142–154.); "Українська художня проза у непрямої перекладі (Подано до друку у науковий журнал "Мова і культура").

прямих і непрямих перекладів, нам, гадаємо, вдалося виокремити можливі причини, (не-) передбачувані наслідки та багато інших аспектів перекладу через третю мову. В українському випадку найпоширенішим інваріантом мови-посередника була російська, але не через чинник "престижу", запропонований Г. Турі стосовно непрямих перекладів на іврит, які здійснювалися через німецьку, російську та англійську мови [9:142], а як акт цензури, спосіб контролю у Радянському Союзі. Це пояснення завжди вуалювалося, тому й практика непрямого перекладу мала прихований характер або ж підносилося до рівня "добра", як це, наприклад, чинить російський перекладознавець П. Заборов. У своїй статті в "Міжнародній Енциклопедії Перекладознавства", присвяченій російському посередництву у перекладі (*Zwischenübersetzung*), він зазначає, що "то не є жодне перебільшення констатувати, що саме російське посередництво відкрило значній частині "національних літератур" шлях за кордон" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [11:2072]. Та чи не є така констатація значною переоцінкою своєї ролі культурного "експортера"? Вважаємо, що за нею приховується дещо більше, ніж національна гордість чи позитивна оцінка явища непрямого перекладу, а, зокрема, подальше намагання приховати справжні мотиви посередництва (цензура тощо), аби мати змогу й далі імплементувати їх у життя. М. Рінгмар висловлює об'єктивніший аргумент на користь непрямого перекладу: "письменники, котрі пишуть *периферійними мовами*³ добре усвідомлюють, що дуже часто єдиною альтернативою непрямого перекладу є цілковита відсутність перекладу" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [9:142]. Це пояснює аргументацію П. Заборова, адже з огляду на периферійність мови, навіть непрямий переклад має радо вітатися представниками культури-джерела.

Приклад непрямого перекладу чудово ілюструє перекладацький диспаритет. Зауважимо, у цій студії, розглядаємо перекладача в рамках агента або ж *продюцента (дієвика)* кінцевого цільового тексту (а не проміжного тексту-перекладу), себто перекладач-продюцент проміжного тексту перекладу постає чинником впливу

³ Курсив автора (Плющ Б.)

на продукування кінцевого тексту – непрямого перекладу. Отож виникає низка питань стосовно взаємозалежностей: Чи телос перекладача на третю мову також обмежується роботою на цензуру за винагороду (як, скажімо, у перекладача-посередника)? Чи незнання мови є достатньою причиною аби звертатися до перекладеного тексту як до джерела, себто чи периферійність мови елімінує вимогу знання мови джерела? Як попереднє фреймування впливає на остаточне і чи не шкодить посередництво укладанню пакту перекладу? І ще постає низка запитань, яким будуть присвячені майбутні студії. Спільною для всіх цих питань є одна залежність, а саме від агента дії – перекладача.

Останніми роками роль перекладача у перекладознавстві набуває дедалі більшого значення. Це знаходить відображення у різноманітних пропозиціях нових підходів до перекладу, його розуміння та поцінування. У 2010 році М. Снел-Хорнбі виокремлює три віхи розвитку перекладознавства: культурну (cultural turn), глобалізаційну (globalization turn) та емпіричну (empirical turn) [10:267–268]. Вона стверджує, що, попри очікування та численні напрацювання, соціологічного повороту у перекладознавстві так і не сталося. Р. Єскелейнен навпаки виокремлює соціологічну віху перекладознавства, яка сприяла створенню "спільного інтерфейсу з психологією перекладу (етика перекладу, агенція перекладу тощо)" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [7:196]. А. Честерман, висловлює думку, що "у перекладознавстві тексти є другорядними, а перекладачі самі по собі первинні, і ця пріоритетність зумовлює цілковиту зміну у порушенні дослідницьких питань" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [4:15–16]. У своїй статті від 2009 року А. Честерман пропонує "агентну модель" перекладу, а саме розподіл перекладознавства на текстуальне перекладознавство та трансляторознавство (перекладачознавство). Останнє, як випливає з його пропозиції, має охоплювати культурну, когнітивну та соціологічну підгалузі, які цілковито акумулюють у собі модель Холмса 1988 року (чисте й прикладне перекладознавство, теоретичне й дескриптивне і т. д.) [4:14]. У своїй статті, що презентує огляд змін та новітніх тенденцій у галузі перекладознавства, М. Бейкер також зазначає, що відбувся зсув уваги від текстових матеріалів до різних агентів, які

створюють перекладні тексти та виступають посередниками в усному взаємобміні [2:15]. Але безумовними апологетом соціологічного підходу в перекладознавстві є Е. Пім, який у книзі "Етика перекладача" (2012), що є зібранням його статей за останні 25 років, з оновленнями (update) до кожної, головню зосереджується на ролі перекладача (перекладач як місіонер, як вісник тощо), його становищі (принцип інтеркультурності: перекладач належить до "інтеркультурного простору") та його відповідальності. "Відповідальність перекладача не обмежена законами цільового суспільства. Вона має бути сформульована й дотримана згідно зі стандартами, що є так само інтеркультурними, як і сама робота перекладача" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [8:57]. Отже, відповідальність перекладача насамперед полягає у *представленні* матеріалу перекладу. Е. Пім також звертається й до ідей М. Бейкер, котра вважає, що перекладач неминуче втручається в наратив, власне у цьому, на її думку, й полягає одна з функцій перекладу. Отож спостерігаємо перетин наративної теорії й перекладознавства. С-А. Хардінг зазначає, що перекладачі "пасивно чи активно, свідомо чи не свідомо, беруть участь у ренарації" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [5:108], тобто вони розвивають, продовжують чи видозмінюють вже наявні наративи. Тобто фреймування, що виникає з перекладацьких рішень (зміна тих чи інших аспектів наративу) є також складником відповідальності, а, отже, й етики перекладача. Крім того, наративне фреймування корелює з "пактом перекладу" [1:270] у детермінантний спосіб. Адже "сприйняття перекладеного тексту як написаного автором попри очевидну дискурсивну присутність перекладача у перекладеному тексті" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [1:274] – пакт перекладу – може бути порушено відповідним фреймуванням.

Усі вище розглянуті концепти соціологічного та наративно-комплексного підходу в перекладі, себто перекладацька етика, відповідальність перекладача, телос, наративне фреймування, пакт перекладу набувають особливого статусу при розгляді української літератури у перекладах світовими мовами, а саме формують перекладацький диспаритет. Адже "периферійний" статус української мови й літератури створює умови для непрямого перекладу або перекладу з позиції "альтернатива до цілко-

витої відсутності будь-якого перекладу взагалі". Результатом цього стає нерівнозначність (усталеним) вимог до перекладача українського художнього слова, а отже, й зміна його телосу й відповідальності. Перекладацький диспаритет є безпосереднім наслідком гегемонії одних мов і літератур над іншими, себто розстановки позицій у силових відносинах геополітичної й культурної карти світу. Аби збагнути це явище у його можливих виявах, себто в рамках його переваг, недоліків, небезпек та перспектив, звернімося до кількох конкретних прикладів.

У 1975 році видавництвом "Svoboda Press" (New Jersey, USA) було видано порівняльні тексти творів Василя Симоненка та їхніх англомовних перекладів під назвою "Гранітні обеліски" ("Granite Obelisks"). Наклад видання становив 1000 примірників. На обкладинці всередині книги зазначено, що вибір, переклад і пояснення здійснено Андрієм М. Фр.-Чировським, зокрема, також додано присвяту перекладача: "Богові, без якого ніщо неможливо, Україні, без якої нашим поетам бракувало б краси для відтворення у своїх творах, Василю Симоненку, без якого мені не було б що перекладати, та моїм батькам, без яких я б і не зміг цього зробити" (переклад наш. – *Плюш Б.*). Цей невеличкий паратекст фреймування відразу ж викликає подивування надмірною сентиментальністю чи скромністю перекладача, можливо недовіру. Інакше кажучи, пакт перекладу опиняється під загрозою зриву. У пошуках відповіді на попередні запитання чи сумніви читач гортає книгу і в повідомленні про перекладача на прикінцевих сторінках довідається, що "Андрій Марія Фрейшин-Чировський є студентом Українського Католицького Університету в Римі, Італія і т.д." (переклад наш. – *Плюш Б.*), а також інші подробиці біографії не лише юного перекладача (на час публікації книги йому було 19 років), а й його родини (батько – професор університету Сетон Хол, мати – бібліотекар, автор багатьох книг з історії та економіки). Головна мета цього паратексту полягає не так у висвітленні інформації, як у конфірмації пакту перекладу, переконанні читача, що цьому тексту можна "довіряти". У ньому також згадується про те, що Чировський пише музику та вірші й сподівається опублікувати добір-

ку своїх літературних творів українською мовою. Тобто викристалізовується телос перекладача – почасти місіонерство, частково робота на "символічний капітал" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [8:130], себто на своє ім'я. Навіть юність, а отже й певна професійна недосвідченість перекладача, у цьому разі, виступають перевагами – вони викликають цікавість, бажання перевірити якість його "роботи", тобто прочитати.

Мала проза Василя Симоненка мало відрізняється від поезії – сповнена авторських метафор, епітетів та глибокого символізму:

1. Дівчина задерла голову, ніби хотіла **протаранити очима їх клубчасту похмурість**. Довгими **віями вона торкалася країв хмар**, а її очі були єдиними **синіми цятками серед передгрозової сірости** [1:90].

1.2. The girl threw back her head, as if she wanted **to ram through the whirling sullenness with her eyes**. She **touched the edges of the clouds with her long lashes**, and her eyes were lone **blue spots amidst the threatening grayness** [1:91].

2. Вона метнула на нього дві сині блискавки.

– Чому ти весь час дивишся в землю?

Він важко, **мов гірі, підняв свої очі** і спідлоба глипнув на неї, але за мить його очі знову впали в траву.

– Це не має значення, куди я дивлюся.

– Ти ніколи не дивився мені в очі. Ти завжди був жадібним і нетерплячим, – **розстрілювала вона його сумніви**. – Ти не хотів бути щасливим зі мною, ти просто хотів ошчасливити мене [1:90, 92].

2.1. She **whipped her two blue lightning bolts at him**.

"Why do you look at the ground all the time?"

He lifted his eyes laboriously, as if weights, and looked sullenly at her, but in a moment his eyes fell on the grass again.

"It's meaningless where I look."

"You never looked in my eyes. You were always greedy and impatient," **she executed his doubts**. "You didn't want to be happy with me, you only wanted to make me happy." [1:91, 93].

У поданих вище прикладах бачимо, що головним символом є очі й ті образи порівнянь та метафор, що їх використовує В. Симоненко яскраво відтворюють характери двох героїв.

Отож у прикладі 1. метафори **протаранити очима їх клубчас-ту похмурість** та **віями вона торкалася країв хмар** позначають зворушливу рішучість дівчини супроти **передгрозової сірости** – епітет, який символізує життєві труднощі, а саме у стосунках двох (у творі). З прикладу 1.2. бачимо, що перші дві метафори було відтворено у перекладі за допомогою калькування. Натомість образність епітету **передгрозова сірість** було експліковано в англomовному тексті – **загрозлива сірість (threatening grayness)**, що додає образів насиченості, але чи доброю є надмірна метафоричність? У цьому випадку вона позбавляє оригінальності й створює ефект очікування (загрози), марного очікування, як далі стане ясно у тексті (жодних загроз). Тож вважаємо, експлікацію тут зайвою.

У прикладі 2 спостерігаємо розвиток метафоричних образів В. Симоненка, коли **"сині п'ятки"** з прикладу 1. перетворюються на **"сині блискавки"**, що дуже вдало відтворено й в англomовному тексті. Перекладач застосовує калькування й при перекладі порівняння **мов гірі, підняв свої очі** (**He lifted his eyes laboriously, as if weights**). Метафору ж **розстрілювала вона його сумніви** в тексті англійською мовою відтворено як **вона страчувала його сумніви (she executed his doubts)**, що з огляду на сему емоційної "гостроти" (очі як блискавки, розстрілювати) звучить узагальнено. Цілком припустимо було б вжити **she fired away/off his doubts**.

У наступних прикладах також натрапляємо на деякі суперечливі перекладацькі рішення:

3. Десять хвилин **бігали зморшки по чолах**, десять хвилин **стікало мовчанням сонце**, десять хвилин задубілими очима вдивлялися люди в **закручений шпориш**, ніби хотіли віднайти в ньому якийсь порятунок. Потім натовп заворушився, і **озерце людей вихлопнуло** наперед, тисячолітнього Опанаса Крокву [1:94]

3.1. Ten minutes **the wrinkles ran across their foreheads**, ten minutes **the sun ran down in silence**, ten minutes the people peered with stiffened eyes at the **curled grass**, as if they wanted to find salvation in it. Then the crush stirred and **the little lake of people splashed up** a thousand-year-old Opanas Krokva [1:95]

Метафору **бігали зморшки по чолах** було відтворено за допомогою калькування образу (**the wrinkles ran across their**

foreheads), тоді як **стікало мовчанням сонце** у перекладі постає як **сонце слабло в тиші** (**the sun ran down in silence**). Вбачаємо у зміні образу вираження поетичного нахилу перекладача (попереднє **ran across** є паралельним до **ran down**), що навряд чи можна назвати вагомою підставою до послаблення, посилення чи просто переінакшення оригінальних символічних образів. Третя метафора з прикладу 3. **озерце людей вихлюпнуло** майже не зазнала видозмін у перекладі **маленьке озерце людей вибризкнуло** (**the little lake of people splashed up**), тобто перекладач знову вдався до калькування образу. У цьому прикладі також є порівняння, в якому головно фігурує **шпориш**. З незрозумілих причин в англomовному тексті бачимо **закручену траву** (**curled grass**), а не **knotgrass, pinkweed, doorweed** тощо.

Отже, можемо зробити висновок, що загалом юному (на час творення та виходу перекладу) перекладачеві А. Фр.-Чировському вдалося відтворити символічну образність творів В. Симоненка, послуговуючись здебільшого калькуванням. Однак недоречність деяких перекладацьких рішень (експлікації, невмотивовані зміни образів) важко пояснити, що є можливим наслідком недосвідченості продуцента (агента) перекладу. Отож перекладацький диспаритет дає перекладачеві певну свободу дій, можливо, навіть певний "імунітет" від критики, а отже, й приховує в собі небезпеку свавілля – надмірної свободи перекладача, здійснення перекладу непідготовленою особою тощо. Чи повинні "маленькі" мови й літератури запліщувати очі на такі випадки? Одвічна ситуація альтернативи "ніякого перекладу взагалі" у такому світлі має вигляд залякування, а перекладацький диспаритет продукує негативні результати (занижені вимоги спричиняють низьку якість). Адже інтелектуальна власність країни, нації – то головний виразник її самобутності. Його відтворення у міжнародному просторі заслуговує більшої уваги, незалежно від кореляцій із західноєвропейською культурною гегемонією у світі.

Розгляньмо другий приклад. У німецькомовному просторі активною популяризацією української літератури тривалий час опікувалася Анна-Галя Горбач (померла у 2011 році). З переліком її опублікованих перекладів можна ознайомитися у статті Тимофія Гаврилів "Переклади з української мови німецькою

мовою з 1991 до 2012", в якій автор посилається на вислів з газети "Manheimer Morgen", яка назвала Анну-Галю Горбач "посередницею в німецько-українському діалозі" [6:4]. Фреймування видань її перекладів (видавництво "Brodina") справді спрямоване на максимальне розкриття не лише української літератури, а й позалітературних контекстів життя в Україні. Наприклад, у післямові до своєї "Антології на тему Жінки в Україні" ("Eine Anthologie zum Frauenthema in der Ukraine" 1999) вона вельми емоційно пише про життя жінок в Україні. Її післямова нагадує нарис, що рясніє категоричними судженнями: "І що ж натомість роблять чоловіки? На жаль часто вживане кліше часто відповідає реальності: чоловіки пиячать...Лише жінка, що знайшла чоловіка, дістає соціального престижу, хай навіть він буде безнадійним пияком..." (переклад наш. – *Плющ Б.*). Не будемо дискутувати стосовно таких суджень. Варто лише зазначити, що перекладач подає свої особисті суб'єктивні враження як сутність об'єктивної реальності, роблячи це доволі безапеляційно – як і належить місіонерові-просвітителю. Таким чином перекладацький диспаритет, завдяки наративному фреймуванню, може спричиняти дещо викривлене представлення як української літератури, так і українських реалій життя. Нагадаймо, що саме за представлення, себто репрезентацію, на думку Е. Піма, відповідальний перекладач. В умовах перекладацького диспаритету ця відповідальність слабне, через брак альтернатив та малу обізнаність з оригінальним матеріалом у перекладача з'являється більше свободи (зміна телосу) як у фреймуванні (паратексти з висловленням власного суб'єктивного сприйняття матеріалу), так і в підході до вибору перекладацьких рішень та відбору матеріалу для перекладу (якщо перекладач виступає упорядником видання).

Одним з творів сучасної української літератури, який увійшов до німецькомовної "Антології на жіночу тему в Україні" є оповідання братів Капранових "Русалка" ("Кобзар 2000 soft") – "Die Nixe". У притаманній цим письменникам іронічно-легкій манері в оповіданні зображено стосунки двох: її кохання й відданість, його вдавання кохання й зраду. Кінець трагічностістичний: вона топиться в річці, після чого починають знаходити мертвими молодих чоловіків у сорочках з вишитою русалочкою – емблема, яку він використав у своїй виробничій справі

за її намовою. Бачимо, що тематика твору припасована до фреймування (післямова перекладачки, обрана нею назва антології), як і тематика решти одинадцяти оповідань різних авторів (непорозуміння, трагічний кінець взаємин тощо). Очевидним є критерій відбору матеріалу до книги, що робить пакт перекладу дуже слабким, бо дискурсивна й паратекстуальна присутність перекладачки (її ім'я зазначено на обкладинці великими літерами, тоді як автори оповідань згадані тільки наприкінці й у змісті) є домінантною. Її погляд на життя й стосунки людей в Україні виходять на перший план, а самі твори-зразки українського художнього дискурсу опиняються на другому плані. Це відчувається й у самому перекладі. Його мова знеживлюється, бо перекладачка робить акцент на відтворенні змісту, а не на індивідуальних стилістичних особливостях кожного тексту, кожного автора. Так, наприклад, вищезгадана іронічна й грайлива манера оповіді братів Капранових у німецькомовному тексті нівелюється:

4. Вона вишивала маленьких русалочок – **зелених**, як водорості, настільки **зелених**, наскільки дозволяли вітчизняні нитки. Русалки лежали на боці, задерикувато піднявши хвоста і цнотливо прикриваючи **зеленим-таки** волоссям ніжні дівочі груди. **Загалом-то вони** були веселі, **ці русалки**, але якщо придивитись, у глибині **зелених** очей зачайлося... ні, не сум, а **щось інше, щось мудре** і водночас ліричне, що не дозволяло ставитись до них надто легко-важно [2].

4.1. Sie stickte winzige Nixen – **grün** wie Wasserpflanzen, so **grün**, wie das im Land verfügbare Stickgarn es erlaubte. Die Nixen lagen mit dreist erhobenem Schwanz auf der Seite und verhüllten mit ihrem **grünen** Haar schamhaft die zarten Mädchenbrüste. **Eigentlich** waren **diese Nixen** recht fröhlich, doch wenn man sie näher ansah, bemerkte man in der Tiefe der **grünen** Augen, nein, nicht Trauer, sondern **etwas anderes, etwas Weises** und zugleich Lyrisches, was verbot, sie nicht ernst zu nehmen [3:110].

У прикладах 4 і 4.1. бачимо, що повтори й паралельні конструкції (**зелених, зеленим; щось інше, щось мудре**) відтворено у перекладі (**grün; etwas anderes, etwas Weises**). Проте додавання часток – **таки (зеленим-таки)** й – **то (загалом-то)**, які створюють певну ритміку тексту й надають йому відтінку грайливості автора,

тим самим імплікуючи діалог між ним (у нашому випадку – ними, бо авторів двоє) та читачем, встановлюючи певний зв'язок, "дозволяючи індивідуальному читачеві реконструювати імплікованого автора" (переклад наш. – *Плющ Б.*) [1: 275], у німецькому тексті не відтворено (**grünen; Eigentlich** – власне кажучи). Тенденцію до втрати грайливих чи інших імплікованих емотивних елементів авторської мови твору простежуємо й далі у тексті перекладу:

5. Маленька русалочка своїм зеленим хвостом **чудово відтіняла** його **неголену мужність** і додавала **шарму** линялому одягу у стилі "Кемел", **немов штрих геніального майстра**.

– **Кицюню**, – сказав він і ніжно попестив рукою її довге волосся. – Ти у мене сама як русалка [2].

5.1. Die winzige Nixe **hob** mit ihrem grünen Schwanz seine **unrasierte Männlichkeit hervor** und **gab ihm** in seinem verschossenen "Camel" – Anzug **den Anstrich eines genialen Helden**.

"**Schmusekätzchen**", sagte er und strich mit seiner Hand zärtlich über ihr langes Haar. "Du bist meine Nixe" [3:110].

Словосполучення **чудово відтіняла** у перекладі постає як **підкреслювала (hob hervor)**, тобто прислівник **чудово**, який в оригіналі не є випадковим, а послідовно продовжує емотивну лінію твору, зникає у перекладі. Вважаємо, що така недбайливість до деталей авторської мови у кінцевому результаті знебарвлює текст, нівелює його імплікований зміст. З експліцитними елементами твору ситуація дещо інакша. Вони залишають перекладачеві менше вибору. Так, наприклад, епітет **неголена мужність** було відтворено за допомогою калькування (**unrasierte Männlichkeit**). Пестливе звернення **кицюню** також було цілковито відтворено завдяки поширеності пестливого суфікса у німецькій мові –chen – **Schmusekätzchen**. Натомість порівняння **додавала шарму...**, **немов штрих геніального майстра** у німецькомовному тексті набуло цілковитої зміни образу, себто його перекинування – **надавала йому...вигляд геніального героя (gab ihm...den Anstrich eines genialen Helden)**. Це знову створює враження певної неувagi до оригінальних деталей твору та тенденції до його їхнього нівелювання. Розгляньмо ще один приклад:

6. Вона читала книжки й дивилась у вікно, а там був вечір, **чомусь** завжди тільки вечір, і у вікні будинку навпроти світилася жовта лампа [2].

6.1. Sie las Bücher, sah aus dem Fenster, draußen war Abend, immer nur Abend, und im Haus gegenüber leuchtete eine gelbe Lampe im Fenster [3:112].

Зміна настрою, наростання загрозливих передчуттів у головної героїні та в самому творі знаходить вираження у непомітній, але чіткій зміні й модальності авторської мови, що приховується в деталях. Так у прикладі 6 відчайдушне безсилля імплікується у паралелізмі (повтор: був вечір, **чомусь** завжди тільки вечір) та слові **чомусь**. У тексті німецькою мовою його вилучень, як непотрібну деталь. Збережено повтор, що символізує наростання настрою кінця, але, як і в попередніх прикладах, додаткову імплікацію автора втрачено.

Отже, можна зробити висновок, що перекладачка послідовно, свідомо чи несвідомо, виключила імплікованого автора від діалогу-взаємодії з читачем, що є додатковим свідчення порушення пакту перекладу. Себто фреймування й дискурсивна присутність перекладача своєю домінантною позицією цілковито змінили образ конкретно розглянутого твору. Про позатекстуальні наслідки таких перекладацьких інтервенцій можемо лише здогадуватися.

Розглянуті приклади – англomовний переклад оповідання В. Симоненка А. Фр.-Чировським та німецькомовний переклад оповідання братів Капранових Анною-Галею Горбач – з одного боку є діаметрально різними. Їхня відмінність полягає й у часі перекладів, і в матеріалі, персоналіях перекладачів, їхньому досвіді тощо, але парадокс полягає в тому, що *перекладацький диспаритет* через свою апріорну нерівнозначність та *нерівність умов і вимог до перекладу української художньої літератури* (як літератури "малої" чи "периферійної") робить їх *рівнозначними*, такими, що підпадають до порівнянь. Наскільки логічним чи правильним є такий стан речей, визначить майбутнє покоління студій перекладацького диспаритету, що матимуть на меті розвиток й імплементацію ідей та інструментів його подолання, а також належну підготовку перекладачів в рамках етики відповідальності за якісне *представлення* українського художнього слова в міжнародному інтелектуальному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Alvstad Cecilia*. The translation pact // Cecilia Alvstad // Language and Literature. Journal of the Poetics and Linguistics. Special issue: Narration and Translation; [editor: Geoff Hall; assistant editors: Catherine Emmott, Joanna Gavins]. – London: Sage Publications Ltd., 2014. – Vol. 23. – № 3. – P. 270–284. – ISSN 0963-9470.
2. *Baker Mona*. The Changing Landscape of Translation&Interpreting studies / Mona Baker [Електронний ресурс]. – 2014. – 23 p. – Режим доступу до статті: https://www.academia.edu/6311299/The_Changing_Landscape_of_Translation_and_Interpreting_Studies.
3. *Bellos David*. Is that a Fish in your Ear? The Amazing Adventure of Translation / David Bellos. – London: Penguin Books Ltd, 2012. – 390 p. – ISBN 978-0-241-95430-0.
4. *Chesterman Andrew*. The Name and Nature of Translator Studies / Andrew Chesterman// Hermes – Journal of Language and Communication Studies, 2009 [Електронний ресурс] – п. 42. – P. 13–20. – Режим доступу до статті: http://download1.hermes.asb.dk/archive/download/Hermes-42chesterman_net.pdf.
5. *Harding Sue-Ann*. Narratives and contextual frames / Sue-Anna Harding // Handbook of translation studies; [edited by Yves Gambier, Luc van Doorslaer]. – Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2013. – V. 4. – P. 105–111. – ISBN 9789027203342 (Hb), ISBN 9789027270818 (Eb).
6. *Havryliv Tymofiy*. Übersetzungen aus dem Ukrainischen ins Deutsche, 1991 bis heute. Eine Studie von Nächste Seite Foundation im Rahmen des Buches Platform-Projekt / Tymofiy Havryliv [Електронний ресурс]. – 2013. – 20 s. – Режим доступу до статті: <http://translate.google.de/translate?hl=de&sl=uk&u=http://www.bookplatform.org/uk/activities/484-ukrainian-to-german-translations-study.html&prev=search>.
7. *Jääskeläinen Riitta*. Translation psychology / Riitta Jääskeläinen // Handbook of translation studies; [edited by Yves Gambier, Luc van Doorslaer]. – Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. – V. 3. – P. 191–197. – ISBN 9789027203335 (Hb), ISBN 9789027273062 (Eb).
8. *Pym Anthony*. On Translator's Ethics. Anthony Pym; translated by Heike Walker, revised and updated by the author. – Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. – 185 p. – ISBN 978 90 272 2454 5 (Hb), ISBN 978 90 272 7299 7.
9. *Ringmar Martin*. Relay translation / Martin Ringmar // Handbook of translation studies; [edited by Yves Gambier, Luc van Doorslaer]. – Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. – V. 3. – P. 141–144. – ISBN 9789027203335 (Hb), ISBN 9789027273062 (Eb).
10. *Snell-Hornby Mary*. The turns of Translation Studies / Mary Snell-Hornby // Handbook of translation studies; [edited by Yves Gambier, Luc van Doorslaer]. –Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010. – V. 1. – P. 366–370. – ISBN 9789027203311 (Hb).

11. Zaborov Petr. Die Zwischenübersetzung in der Geschichte der russischen Literatur / Petr Zaborov // Übersetzung. Translation. Traduction. Ein internationales Handbuch zur Übersetzungsforschung. An international Encyclopedia of Translation Studies. Encyclopidie internationale de la recherche sur la traduction; [herausgegeben von Harald Kittel, Armin Paul Frank, Norbert Greiner, Theo Hermans, Werner Koller, Jose Lambert, Fritz Paul; in Verbindung mit Juliane House etc.]. – Berlin / Boston: Walter de Gruyter, 2011. – Teilband 3. – S. 2068–2074. – ISBN 978-3-11-017146-4.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Симоненко Василь. Гранітні Обеліски. Порівняльні тексти (Vasyl Symonenko. Granite Obelisks) / Василь Симоненко; вибір, переклад, і пояснення Андрія М. Фр.-Чировського. – New Jersey : Svoboda Press, 1975. – 143 с.

2. Капранови Брати. Кобзар 2000 Soft / Брати Капранови [Електронний ресурс]. – Режим доступу до книги: <http://nemaloknig.info/read-108022/>.

3. Horbatsch Anna-Halja. Die Kürbisfürstin. Eine Anthologie zum Frauenthema in der Ukraine / Anna-Halja Horbatsch; ausgewählt und übersetzt von Anna-Halja Horbatsch. – Reichelsheim: Brodina Verlag, 1999. – 158 s. – ISBN 3-931180-10-7.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Б. О. Плющ, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Переводческий диспаритет в контексте переводов украинской прозы на английский и немецкий языки

Целью статьи является рассмотрение переводческого диспаритета в переводе украинской прозы на английский и немецкий языки с точки зрения нарративно-комплексного и социологического подходов, с фокусированием на переводоведческом аспекте перевода.

Ключевые слова: переводческий диспаритет, переводчик, непрямой перевод, переводоведение, ответственность переводчика, нарративное фреймирование, этика переводчика, телос, пакт перевода.

B. Pliushch, PhD Student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Translator disparity in the context of Ukrainian prose translation into English and German

The article's aim is to consider translator disparity in terms of Ukrainian prose translation into English and German from the standpoint of a sociological and a narrative-complexity combined approaches as well as Translator Studies aspect of translation.

Keywords: translator disparity, translator, indirect translation, Translator Studies, translator responsibility, narrative framing, translator ethics, telos, translation pact.

Р. В. Поворознюк, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПЕРЕКЛАДАЦЬКА КОМПЕТЕНЦІЯ Й ВІДТВОРЕННЯ МЕДИЧНИХ ТЕКСТІВ

Стаття присвячена зіставленню основних теоретичних моделей перекладацької компетенції, їх структурі й функціональним особливостям. Окреслена ніша фахового різновиду компетенції медичного перекладача, обґрунтована її специфіка й перспективи удосконалення.

Ключові слова: перекладацька компетенція, мікро- та макростратегії перекладу, еквівалент, субкомпетенція, компетенція медичного перекладача, оперативні та декларативні знання.

Категорія "перекладацької компетенції" є достатньо новим і нечітко окресленим об'єктом перекладацьких студій. Як пише П. Езпелетта: "Деякі дослідники визначають компетенцію як перекладацькі здібності або навички (Е. Лоу, Е. Пим, Б. Хатим і Й. Мейсон), інші як перекладацьку діяльність (translation performance) (В. Вільсс). Термін "компетенція" у словосполученні "перекладацька компетенція" був уперше вжитий Г. Турі, який провів аналогію з відомим розмежуванням Н. Хомського між мовною компетенцією й мовною діяльністю, задля аналізу певних аспектів перекладацької практики. Натомість К. Норд називає її "трансферною компетенцією", а Е. Честерман – "перекладацькою" [3, с. 136]. Поряд із відсутністю погодження щодо характеру й функціональних особливостей перекладацької компетенції спостерігається брак теоретичних робіт, присвячених вимогам до фахової підготовки перекладачів, що працюють з медичними текстами або уможлиблюють розвиток усної медичної комунікації.

Безумовно, фахова компетенція медичного перекладача нерозривно пов'язана із загальною перекладацькою компетенцією. Однак висловлюючи припущення, що вагома позиція в практиці медичного перекладу закріплена за предметною складовою компетенції, необхідно окреслити дану складову, не оминувши увагою екстралінгвістичні й психофізіологічні компоненти, які

компетенція медичного перекладача поділяє із загальною. У наведених нижче теоретичних моделях спостерігається акцент на різних царинах (складових, субкомпетенціях), що призводить до переважного застосування тієї чи іншої моделі в усному або письмовому перекладі. Так, С. Кемпбел [2], А. Нойберт [10;11], Г. Гьоніг [5;6], А. Пим [17], В. Монтальт Ресуреццію та М. Гонзалес Дейвіс [9] зосереджують увагу на зіставному аналізі текстів оригіналу й перекладу, знаходячи вияви компетенції в дотриманні жанрових норм МО і МП, а Д. Келлі [7], С. Гепферіх (TransComp) [4] і дослідники групи РАСТЕ [12–16] – на вивченні процедурних особливостей перекладу як процесу. Даною роботою ми намагаємося, з одного боку, консолідувати засади фахової компетенції медичного перекладача, показавши її зв'язок з попередніми теоретичними моделями, а з іншого – описати особливості, які дають змогу виділити її в окремий об'єкт перекладацьких студій.

При визначенні компетенції необхідно брати до уваги той факт, що професійні знання перекладача є складними, неоднорідними й приблизними, оскільки неможливо мати обізнаність в усіх галузях, де необхідно здійснювати переклад [10, с. 3–18]. Таким чином, перекладацька компетенція завжди потребує довершення, долучення нових знань і застосування творчого підходу. А. Нойберт обстоює "деривативну" або "керовану" перекладацьку креативність, тобто здатність сприйняти стимул, закладений у оригіналі, трансформувати його в цільовий текст за тієї умови, що в рецептивному середовищі дискурсотворчі норми можуть відрізнятися. Перекладач кожен раз змушений самотужки формувати зв'язки між формою та змістом, сигніфікатом і сигніфікантом [11, с. 17–21].

Іспанська дослідницька група РАСТЕ так визначає відмінність перекладацької від інших, загальних різновидів компетенції: "1) це форма експертного знання, недоступна будь-якому білінгвові, 2) це, в основному, різновид процедурного (а не декларативного) знання, 3) складається з ряду різноманітних взаємопов'язаних субкомпетенцій, 4) має виражений стратегічний компонент" [15, с. 610].

Проаналізувавши академічні набутки попередників, Д. Келлі запропонувала власне визначення перекладацької компетенції: "...це макрокомпетенція, що залучає комплекс різноманітних навичок, умінь, знань та навіть поглядів, якими володіють професійні перекладачі. Завдяки їй переклад набуває статусу професійної діяльності" [7, с. 14–15]. Д. Келлі вирізняє такий підвид, як комунікативна й текстова перекладацька компетенція, що дає змогу аналізувати різнопланові усні й письмові тексти, що належать до різних галузей знань, мовами А, В і потенційно С; створювати тексти різної спрямованості й тематики мовами А, В; усвідомлювати й наслідувати жанрові норми й особливості, притаманні культурам мов А, В і С [7, с. 17].

Новітні дослідження в галузі перекладознавства переважно зосереджуються на процесі перекладу, а не його продукті (тексті). Ще Г. Турі вказував на те, що теорія перекладу вивчає *langue*, а не *parole*, а отже, майстерність "природженого перекладача" (native translator) є важливою складовою усвідомлення суті перекладу як процесу [18, с. 186]. Гіпотезу Г. Турі підтвердив Г. Крігнс, використавши методика "протоколів роздумів уголос": "ідіосинкратичні проблеми", що впливають із особистих характеристик перекладачів, великою мірою позначаються на процесі перекладу [8, с. 157].

Натомість, С. Кемпбел пропонує шукати докази перекладацької компетенції в зіставному аналізі текстів оригіналу й перекладу [2, с. 329–343]. Його модель складається із двох компонентів: особисті характеристики перекладача й володіння мовою. Володіння мовою є продуктом трьох складових: лексичного кодування значень, загального володіння цільовою мовою, компетенції лексичного переносу. Лексичне кодування значень включає такі параметри, як довжину тексту, лексичне розмаїття, середню довжину слів, кількість прямих еквівалентів, співвідношення повнозначних до службових слів. Загальне володіння цільовою мовою спростовується кількістю орфографічних помилок, випущених слів, браком транспозицій (переміщень), переважанням номінативних конструкцій. Компетенція лексичного переносу включає володіння законами когерентності й когезії, перекладацькими трансформаціями і зсувами.

Особисті характеристики перекладача – це якості й настанови, які визначають його діяльність. С. Кемпбел вирізняє дві шкали їхньої оцінки: від ризикового до обачного, від наполегливого до капітулянтського підходів [с. 343].

Перекладацька компетенція є багаторівневою структурою, але дослідники однозначно погоджуються лише щодо трьох складових: комунікативна компетенція (МО і МП), галузева (предметна) компетенція та інструментальна дослідницька компетенція.

Г. Гьоніг [5; 6] та А. Пим [17] додають до вищезазначених ще асоціативну (трансферну) компетенцію, тобто "здатність генерувати більш ніж один прийнятний відповідник оригіналу", та здібність до створення "макростратегії", тобто "здатність швидко й упевнено обирати серед прийнятних відповідей оптимальний" [17, с. 481]. Згідно з моделлю Г. Гьоніга, сприйняття оригіналу перекладачем відрізняється від сприйняття пересічним читачем у тому, що його забарвлює усвідомлення конкретного перекладацького завдання. Взаємодіючи з ментальною реальністю перекладача, оригінал перетворюється на об'єкт обробки інформації, що відбувається як у неконтрольованому, так і в контрольованому середовищі.

Обробка інформації в неконтрольованому середовищі включає активацію фреймів та схем, структурованих ділянок довгострокової пам'яті, залучення їх в асоціативні процеси [5, с. 79; 6, с. 55]. Асоціативні процеси породжують очікування щодо структури, стилю та змісту цільового тексту [6, с. 55]. Аналіз інформації оригіналу й формування очікувань щодо цільового тексту (його функцій, цільової аудиторії, модуса) є невід'ємними частинами макростратегії, разом із пошуком довідкової інформації, перевіркою суб'єктивних асоціацій і вдосконаленням галузевої (предметної) компетенції [6, с. 56]. Розробка стратегії може бути як інстинктивним процесом залучення попереднього професійного досвіду, так і "продуманим актом, ймовірним результатом перекладацького аналізу тексту" [5, с. 80].

Обробка інформації в контрольованому середовищі передбачає застосування правил та мікростратегій перекладу, серед яких Г. Гьоніг згадує зокрема такі: "Не перекладайте власні назви", "Уникайте повторів" [6, с. 50].

Пошук перекладацьких еквівалентів відбувається, за Г. Гьонігом, чотирма можливими способами [5, с. 80; 6, с. 56]:

1) внаслідок лінгвістичного рефлексу при зіткненні проєкції оригіналу й семантичних асоціацій у неконтрольованому середовищі;

2) автоматичним переносом із неконтрольованого середовища після формування макростратегії;

3) внаслідок застосування мікростратегії, схваленої на етапі редагування, в контрольованому середовищі;

4) внаслідок взаємопов'язаних процесів, що відбуваються в неконтрольованому та контрольованому середовищі, причому їх схвалення може також бути як неконтрольованим (автоматичним), так і контрольованим (когнітивним) процесом.

Перекладацька компетенція розвивається шляхом постійного звіряння даних, отриманих завдяки асоціативній компетенції, з макростратегією. Однак Г. Гьоніг визнає, що "перекладачі, які не дотримуються макростратегії, проте мають розвинену асоціативну компетенцію, нерідко показують кращі результати, аніж ті, що сумлінно застосовують макростратегію за браком асоціативної компетенції" [6, с. 62].

Перша модель перекладацької компетенції була створена дослідницькою групою РАСТЕ ще в 1998 р., проте в подальшому її кілька разів змінювали й редагували. Тим не менш, сама концепція явища, яке РАСТЕ вважає "основоположною системою знань, переконань та вмінь, необхідних перекладачеві" [16, с. 327], залишилася принципово гомогенною, хоча й складається з п'яти субкомпетенцій і психо-фізіологічних компонентів. "Субкомпетенції взаємодіють у межах чіткої ієрархії, підлягаючи варіативним змінам" [14, с. 43; 12, с. 100]. У центрі знаходиться **стратегічна**, яка, за визначенням РАСТЕ, "допомагає вирішувати проблеми й забезпечує ефективність перекладу як процесу" [15, с. 610]. На тактичному рівні це виражається в плануванні різноманітних стадій перекладацької діяльності, загальній оцінці процесу й результатів, активації необхідних субкомпетенцій і компенсації тих, що бракують. Якщо проводити аналогію з моделлю Г.Гьоніга, то стратегічна субкомпетенція полягає в розробці й послідовному застосуванні макростратегії перекладу.

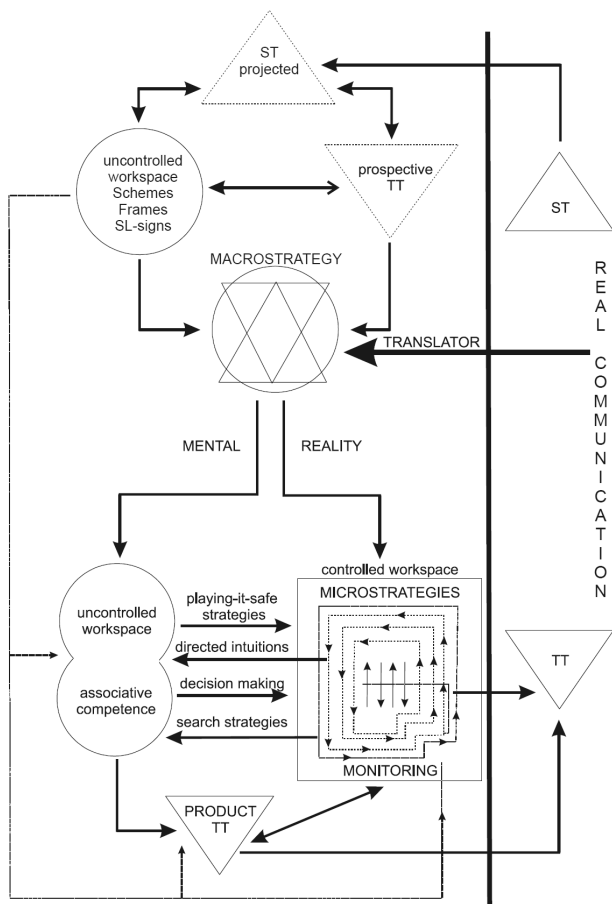


Рис. 1. Модель перекладацької компетенції
за Г. Гьонігом [5, с. 79; 6, с. 51]

Білінгвальна субкомпетенція охоплює комплекс знань про прагматичні, соціолінгвістичні, текстоформуючі та лексико-граматичні норми МО та МП, включаючи "контролювання міжмовних інтерференцій" [15, с. 610]. Ці знання є в основному процедурними, тобто перекладачі-практики демонструють свої вміння застосовувати арсенал стратегій і засобів, проте не задумуються над тим, як і з якою метою вони це роблять [13].

Натомість, під *екстралінгвістичною* субкомпетенцією розробники моделі розуміють "декларативні знання про світ, культуру МО та МП, як імпліцитні, так і експліцитні, енциклопедичні знання, предметні знання щодо певної галузі" [13].

Інструментальна субкомпетенція означає вміння застосовувати різноманітні довідкові ресурси, що можуть стати в нагоді перекладачеві. Не меншу вагу має *усвідомлення* перекладачем наявних *субкомпетенцій*, тобто розуміння перекладу як процесу та як професійної діяльності (особливостей ринку, вимог замовників тощо).

Психофізіологічні компоненти перекладацької компетенції – це когнітивні та психологічні особливості, психомоторні механізми, які керують діяльністю перекладача. "До них відносяться: 1) когнітивні компоненти: пам'ять, сприйняття інформації, увага та емоції, 2) психологічні компоненти: цікавість, наполегливість, критичний підхід до інформації, об'єктивна оцінка своїх фахових навичок, мотивація, 3) здібності: творчість, логіка, аналіз та синтез тощо" [13]. Ці психофізіологічні компоненти властиві не тільки перекладацькій, а й будь-якій іншій фаховій діяльності.

Дослідницька група TransComp та її очільниця С. Гепферіх вибудувала власну модель компетенції на підґрунті академічних праць попередників. Її компонентами є: 1) комунікативна компетенція в щонайменше двох мовах, 2) галузева компетенція, 3) інструментально-дослідницька компетенція, 4) процедурно-активна компетенція (translation routine activation competence), що поєднує автоматичні навички до застосування найпростіших процедур перекладу або, за термінологією Г. Гьоніга, "продуктивних мікростратегій", 5) психомоторна компетенція (навички читання, письма, роботи з електронними засобами), 6) стратегічна компетенція [4, с. 23].

Крім того, С. Гепферіх визначила фактори, які регламентують застосування описаних субкомпетенцій: завдання, що стоїть перед перекладачем, норми перекладу, професійна етика, психофізичні якості, притаманні перекладачеві (розум, амбітність, впевненість, наполегливість тощо).

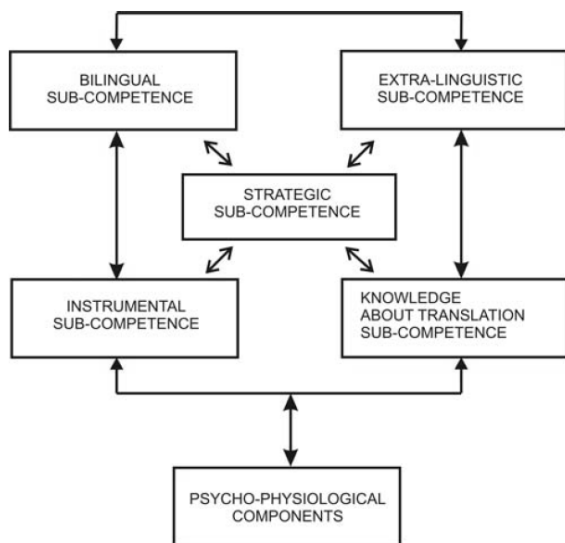


Рис. 2. Модель перекладацької компетенції за РАСТЕ [16, с. 331]

Розвиток перекладацької компетенції полягає не тільки у вигострюванні окремих під-компонентів, а й у розвитку інтегративної компетенції, яка допоможе реструктурувати існуючі знання, скласти ієрархічну схему субкомпетенцій відповідно до вимог конкретного повідомлення МО і МП та особливостей комунікативної ситуації, адже в недосвідчених перекладачів "субкомпетенції, хоча б частково, розвинулися, проте не взаємодіють між собою" [12].

На додачу до універсальної перекладацької компетенції, В. Монтальт Ресурецію та М. Гонзалес Дейвіс вирізняють компетенцію медичного перекладача, компоненти якої утворюють ряд категорій: знання норм МП та жанрових характеристик відповідних медичних текстів, (транскультурні) комунікативні навички, володіння концептуальним апаратом медицини, трансферна компетенція, навички роботи з інформаційними ресурсами, фахові навички, психологічні характеристики. Щодо вищезазначених компонентів автори вказують, що перекладач повинен знати (група субкомпонентів "знання"), які категорії він повинен

опанувати (група субкомпонентів "усвідомлення"), якими навичками він повинен володіти (група субкомпонентів "уміння"). При цьому деякі з компонентів включають усі три підгрупи (знання норм МП та жанрових характеристик відповідних медичних текстів), лише одну (володіння концептуальним апаратом медицини) або дві підгрупи у різних поєднаннях (наприклад категорія "(транскультурні) комунікативні навички" включає підгрупи "усвідомлення" та "знання", а "психологічні характеристики" – "вміння" та "знання" тощо). Грань між "усвідомленням" та "вмінням" В. Монтальт Ресурецціо та М. Гонзалес Дейвіс проводять там, де й між декларативним ("знаю що") та оперативним ("знаю як") видами знань [9, с. 36–44].

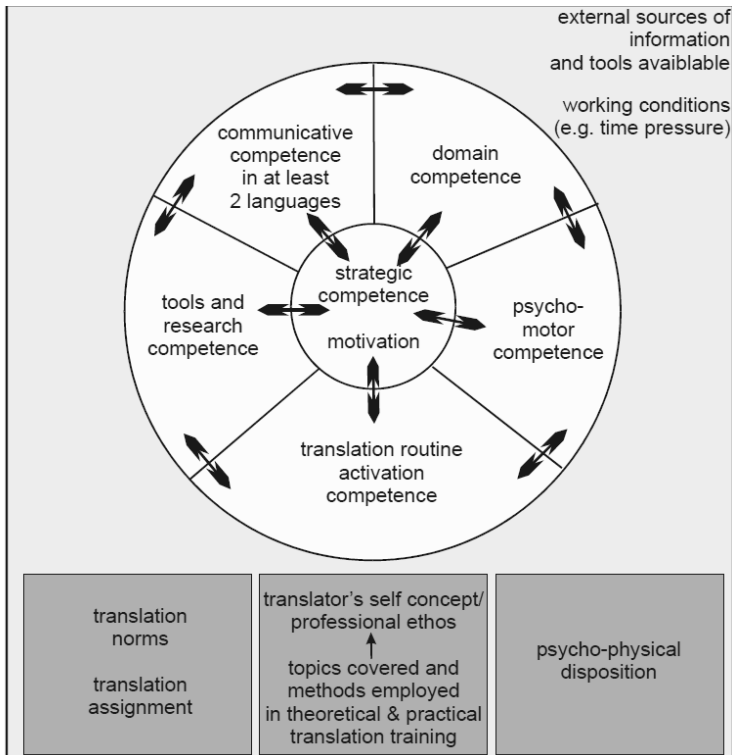


Рис. 3. Модель перекладацької компетенції за С. Гепферіх [4, с. 21]

Категорія "знання норм МП та жанрових характеристик відповідних медичних текстів" включає, серед іншого, усвідомлення жанрових особливостей МО і МП, конвергентних і дивергентних рис вживання медичної термінології, відмінностей між хімічними, комерційними та непатентованими ("джерерики") найменуваннями препаратів, термінологічних стандартів (міжнародні номенклатури, класифікації, таксономії тощо), стилістичних особливостей медичних текстів: функціонування метафор та ідіом, аббревіатур та символів, лексичних відмінностей текстів, написаних різними варіантами однієї мови (наприклад британським, американським і австралійським варіантом англійської); знання жанрових норм МО і МП, етимологічної природи терміноелементів, законів міжмовної інтерференції та її наслідків ("хибні друзі перекладача", кальки); вміння генерувати тексти відповідно до жанрових норм МП та вимог конкретного замовника, правильно застосовувати термінологічну варіативність, генерувати неологізми за умови відсутності відповідного терміну в МП та відповідно до вимог МП, детермінологізувати текст МП, якщо він призначений для широкого загалу, застосовувати різноманітні реєстри комунікації.

При роботі зі зразками медичних текстів перекладачеві необхідно усвідомлювати, що жанрові канони в МО і МП не завжди збігаються, а отже й оформлення, стратегії аргументації, навіть лексико-граматичні засоби можуть відрізнятися. Зокрема, Крістіан Баллью висловлює думку про те, що сучасна медична періодика укладається в основному авторами, для яких англійська мова не є рідною. Фактично, статті в англомовних медичних часописах не можуть вважатися текстами МО в чистому вигляді: вони демонструють ознаки уніфікованого стилю, засобів вираження (гібридизація) й клішовану лексику. З одного боку, автор засуджує цю тенденцію, проте з іншого – погоджується, що застосування арсеналу спільних лексико-стилістичних засобів та граматичних структур утворює окремий різновид фахової компетенції [1, с. 70].

Категорія "(транскультурні) комунікативні навички" включає, серед іншого, усвідомлення особливостей цільової аудито-

рії, її мотивацій, очікувань і цілей, особливостей "когнітивних осередків" (knowledge communities), тобто груп реципієнтів, які об'єднані спільними професійними або соціальними чинниками, – лікарів, молодшого й середнього медперсоналу, пацієнтів, дослідників тощо, особливостей авторів медичних текстів, що визначаються їх професійними контекстом і мотивацією, особливостей функціонування системи охорони здоров'я в різних країнах; знання вимог конкретних замовників (видавництва) до стилю медичних текстів, ситуацій, в яких застосовуються медичні тексти в МО і МП, юридичних і етичних норм культур МО і МП, різниці в сприйнятті категорій "здоров'я" й "недуга" в культурах МО і МП, евфемізмів на позначення частин тіла й процесів життєдіяльності, вживаних в МО і МП [9, с. 36–44].

Категорія "володіння концептуальним апаратом медицини" включає, серед іншого, усвідомлення особливостей вживання греко-латинських терміноелементів і вживання основних медичних (анатомічних, фізіологічних, гістологічних, психіатричних), біохімічних понять і концептів зі сфери молекулярної біології, принципів і засад системи охорони здоров'я в країні МП, механізмів перебігу основних захворювань (етіологія, патогенез, симптоматика, методики лікування) й дії лікарських засобів (склад, особливості застосування, побічні наслідки), принципів доказової медицини та отримання статистичних даних на підтвердження дослідницьких гіпотез.

Категорія "трансферна компетенція" включає, серед іншого, вміння уникати спотворення фактів у процесі переносу інформації, забезпечувати повну передачу змісту й внутрішню когерентність тексту МП, здійснювати транжанровий переклад, адаптуючи текст МП до жанрових норм, що не збігаються з відповідними нормами МО, проводити редагування своїх та чужих перекладів, адаптуватися до зміни культурного коду; знати стадії перекладацького процесу, перекладацькі стратегії й трансформації, основні проблеми, що виникають в процесі переносу інформації з МО в МП.

Категорія "навички роботи з інформаційними ресурсами" включає вміння здобути інформацію про термінологічні, стилістичні, жанрові особливості перекладу медичних текстів, ефективно застосовувати словники й довідкові ресурси (наприклад Medline), оцінювати якість довідкових ресурсів, за необхідності залучаючи консультанта в певній галузі медицини; знати основні джерела інформації в медицині (видавництва, фахові часописи, урядові й неурядові органи тощо), основні термінологічні бази, інтернет-пошуковики необхідної спеціалізації.

Категорія "фахові навички" включає вміння проводити дослідження перекладацького ринку праці, застосовувати фахові навички, вести перемовини із клієнтами щодо їх очікувань, включаючи попереднє обговорення преференцій у галузі термінології або жанрових норм, фонові інформації, вміння витримувати робочий термін та працювати в команді; знати юридичні права та обов'язки перекладача, особливості оплати.

Категорія "психологічні характеристики" включає вміння усвідомлювати алгоритм своїх дій на кожному етапі перекладацького процесу, удосконалювати знання в галузі медицини й теорії перекладу, підвищувати професійну самооцінку, розвивати емпатію в спілкуванні з колегами й клієнтами; усвідомлювати своє місце в перекладацькому процесі, де інтереси перекладачів і медпрацівників нерідко перетинаються, ризик суб'єктивного підходу до викладу інформації й формування взаємодії з клієнтами та колегами, усвідомлювати свої сильні й слабкі сторони, необхідність постійно розвивати пам'ять, загальну ерудицію, психологічну гнучкість [9, с. 36–44].

Проаналізувавши усі вищезазначені моделі, ми дійшли наступних висновків:

1) Перекладацька компетенція є складною, багатоплановою категорією. Складність її виявів і різноманітність форм реалізації змушують дослідників вдаватися до визначень, які підкреслюють саме ті аспекти, які важливі для їх власних досліджень.

2) Визначення перекладацької компетенції великою мірою залежить від концептуальної позиції дослідника у визначенні перекладу як об'єкту. Переклад як процес вимагає зосередження

на процедурних особливостях і психоментальних та когнітивних характеристиках виконавця (перекладача), акцент же на переклад як результат діяльності вимагає дослідження жанрових та дискурсних особливостей цільового тексту.

3) Процес формування перекладацької компетенції є поступовим і довготривалим. Його підґрунтя – це складність текстів і варіативність жанрів, з якими працює перекладач.

4) Компетенція медичного перекладача, хоч і впливає із загальнофахової, має чітко виражені особливості, що формуються специфікою галузі, об'єктом перекладу (медичними текстами) й параметрами медичної комунікації.

Перспективи застосування результатів нашого огляду ми бачимо в подальшій розробці теоретичних моделей компетенції, що призначені для галузі медичного перекладу й описують процедурні особливості, беруть до уваги жанрові норми укладання медичних текстів МО і МП з акцентом на культурних відмінностях медичної комунікації, характеристиках цільової аудиторії й залученні перекладачем екстралінгвістичних (медичних) знань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Balliu, Christian. La didactique de la traduction médicale, deux ou trois choses que je sais d'elle//Meta. – 2005. – Vol. 50 (1). – С. 67–77.
2. Campbell, Stuart J. Towards a Model of Translation Competence // Meta. – 1991. – Vol. 36 (2–3). – С. 329–343.
3. Ezpeleta, Pilar. La noción de género en la planificación de la traducción de la primera lengua extranjera // I. García Izquierdo (ed.) El género textual y la traducción. Reflexiones teóricas y aplicaciones pedagógicas. – Berne : Peter Lang, 2005. – С. 135–136.
4. Göpferich, Susanne. Towards a Model of Translation Competence and Its Acquisition: The Longitudinal Study *Transcomp* // S. Göpferich, A. L. Jakobsen, I. M. Mees (eds). Behind the Mind: Methods, Models and Results in Translation Process Research. – Copenhagen: Samfundslitteratur, 2009. – С. 11–37.
5. Höning, Hans G. Holmes' 'Mapping Theory' and the landscape of mental translation processes // K. van Leuven-Zwart, T. Naajkens (eds). Translation Studies : The State of the Art. Proceedings from the First James S. Holmes Symposium on Translation Studies. – Amsterdam: Rodopi, 1991. – С. 77–89.
6. Höning, Hans G. Konstruktives Übersetzen. – Tübingen : Stauffenburg, 1995. – 195 с.

7. Kelly, Dorothy. A Handbook for Translator Trainers. – Manchester : St. Jerome Publishers, 2005. – 173 c.

8. Krings, Hans P. The Use of Introspective Data in Translation // C. Faerch, G. Kasper (eds.) Introspection in Second Language Research. – Clevedon, Philadelphia : Multilingual Matters. – C. 157–176.

9. Montalt, Vicent, Gonzalez-Davies, Maria. Medical Translation Step by Step: Learning by Drafting. – Abingdon: Taylor & Francis, 2007. – 298 c.

10. Neubert, Albrecht. Competence in Language, in Languages, and in Translation // C. Schäffner, B. Adab (eds.) Developing Translation Competence. – Amsterdam: John Benjamins, 2000. – C. 3–18.

11. Neubert, Albrecht. Postulates for a Theory of Translation // J. M. Danks, G. M. Shreve, S. B. Fountain, M. K. McBeath (eds.) Cognitive Processes in Translation and Interpreting. – Thousand Oaks: Sage, 1997. – C. 1–24.

12. PACTE. Acquiring Translation Competence: Hypotheses and Methodological Problems in a Research Project // A. Beeby, D. Ensinger, M. Presas (eds) Investigating Translation. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins, 2000. – C. 99–106.

13. PACTE. Building a translation competence model//F. Alves (ed.) Triangulating Translation. – Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins, 2003. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ibrarian.net/navon/paper/Building_a_Translation_Competence_Model.pdf?paperid=6559442.

14. PACTE. Exploratory Texts in a Study of Translation Competence // Conference Interpretation and Translation. – 2002. – Vol. 4 (4). – C. 41–69.

15. PACTE. Investigating Translation Competence: Conceptual and Methodological Issues // Meta. – 2005. – Vol. 50 (2). – C. 609–618.

16. PACTE. Zum Wesen der Übersetzungskompetenz – Grundlagen für die experimentelle Validierung eines Ük-Modells // G. Wotjak (ed.) Quo vadis Translatologie? Ein halbes Jahrhundert universitäre Ausbildung von Dolmetschern und Übersetzern in Leipzig. Rückschau, Zwischenbilanz und Perspektiven aus der Außensicht. – Berlin: Frank & Timme, 2007. – C. 327–342.

17. Pym, Anthony. Redefining Translation Competence in an Electronic Age. In Defence of a Minimalist Approach // Meta. – 2003. – Vol. XLVIII (4). – C. 481–497.

18. Toury, Gideon. The Notion of 'Native Translator' and Translation Teaching // W. Wilss and G. Thorne (eds.) Translation Theory and Its Implementation in the Teaching of Translating and Interpreting. – Tübingen: Gunter Narr, 1984. – C. 186–195.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Р. В. Поворознюк, канд. філол. наук, доц.
Институт филологии КНУ им.Т.Шевченко, г. Киев

Теоретические модели переводческой компетенции в аспекте воспроизведения медицинского дискурса

Статья посвящена сопоставлению основных теоретических моделей переводческой компетенции, их структуре и функциональным особенностям.

Очерчена ниша профессиональной разновидности компетенции медицинского переводчика, обоснована ее специфика и перспективы усовершенствования.

Ключевые слова: *переводческая компетенция, микро- и макростратегии перевода, эквивалент, субкомпетенция, компетенция медицинского переводчика, оперативные и декларативные знания*

R. Povoroznyuk, Cand. Phil. Sci., Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Theoretical Models of Translational Competence in the Aspect of Medical Discourse Rendering

The article compares principal theoretical models of translational competence, their structure and functional features. The place of medical translational competence within the overall hierarchy of translational competence is set, its specific features and prospects of development described.

Keywords: *translational competence, micro- and macrostrategies of translation, equivalent, subcompetence, medical translational competence, operative and declarative knowledge.*

УДК 811.161'373.23(347.189.3)

И. Г. Приходько, канд. филол. наук, науч. сотр.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ПРОЗВИЩНЫЕ НОМИНАЦИИ КАК МАРКЕР КОРРЕКТНОСТИ И ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ СОЦИУМА

В статье рассматриваются прозвищные наименования политической элиты в СМИ Украины и России. Анализируется воздействующий потенциал прозвищ и их роль в формировании стереотипного образа представителей высшего эшелона власти. Выявляются особенности функционирования прозвищ в украинском массмедийном коммуникативном пространстве.

Ключевые слова: *СМИ, массмедийное коммуникативное пространство, прозвище, кличка.*

Исследование языковой среды различных социокультурных коллективов мегаполиса проводится лингвистами в разных аспектах. Одним из актуальных направлений является изучение городской топонимии и ономастики, которые представляют со-

бой важнейший источник информации о языке современного города. Признавая важность фиксации личностных номинаций, характерных для речи отдельных социально ограниченных коллективов, лексикографы уже в самых первых словарях социолектов включали прозвища и клички в общий массив языкового материала (например, в каждой из энциклопедий авторского коллектива Щуплов А., Макловски Т., Кляйн М. обязательной составной частью словника являются клички общеизвестных представителей кругов культуры, музыки и литературы) [13; 14]. Или отводили специальные разделы для таких наименований как, например, в лексикографической работе И. А. Стернина "Словарь молодёжного жаргона. Слова, выражения, клички рок-звёзд, прозвища учителей". Уже в названии заявлено, что в словарь включены не только отдельные слова (более 900), отражающие жаргон молодежи конца 80 – начала 90-х годов XX века, но и фразеологизмы (около 140), выделенные в специальный раздел "*Выражения*", а также еще два особых раздела, один из которых посвящен прозвищам рок-музыкантов и названиям рок-ансамблей (около 260), а второй – прозвищам преподавателей (около 300) (данные приведены в предисловии). Появление последнего раздела в составе словаря, по мнению автора, позволяет продемонстрировать "юмор и наблюдательность учащихся в отношении своих педагогов" и предоставляет дополнительную возможность объяснить, что послужило основой для создания прозвища [11, с. 8]. Как пример того, что прозвища и клички включаются не только в словари арг, молодёжного сленга и общего жаргона, можно привести "Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов" [10]. Языковой материал словаря ограничен политической и социально-экономической тематикой, представлен словами и словосочетаниями, которые используются в СМИ, и структурирован следующим образом: в первой части описаны неологизмы и жаргонные выражения, во второй – клички, прозвища и эпитеты известных политиков, общественных деятелей и бизнесменов России, в третьей – лозунги и афоризмы, используемые известными российскими ньюсмейкерами. Авторы анонсировали словарь как первое в России исследование политического и околополитическо-

го жаргона, но с такой формулировкой не согласился А. Щуплов, обнаружив в словаре перепечатки из своей лексикографической работы "Кто есть Ху: Мини-энциклопедия политических кличек" 1999 года издания [15].

Закономерно, что накопленный языковой материал "различно-го калибра", определённый Х. Вальтером и В. М. Мокиенко как "пестроцветье, выросшее на необозримом русском языковом поле" (ультрасовременные, зачастую язвительно-насмешливые клички популярных и непопулярных политиков, звёзд эстрады и других знаменитостей; традиционные крестьянские и городские прозвища, многие из которых стали основой русских фамилий; шуточные прозвища школьников, студентов, преподавателей; жаргонные клички криминальных "авторитетов" и "шестёрки"; меткие обозначения представителей разных стран, жителей городов и деревень) требовал логического завершения в виде создания единого сводного словаря. Результатом стала работа известных лексикографов "Большой словарь русских прозвищ", в которой собраны и описаны разные типы русских прозвищ и кличек с XIX века до наших дней. Обосновывая необходимость создания такого словаря, авторы акцентируют внимание на том, что "прозвища – характеристика пёстрого и неоднородного по составу человеческого "общества". Это картина русского социального мира, нарисованная остро отточенным пером. Чаще всего – пером беспощадно сатирическим или шуточно-ироническим. Вглядываясь в эту прозвищную картину, мы, как кажется, можем лучше понять себя и тот мир, в котором сейчас живём" [3, с. 4].

Исследуя массив прозвищ и кличек, характерных для русской речи, авторы "Большого словаря русских прозвищ" приходят к выводу, что на основании ряда параметров, к числу которых относятся качественные признаки обозначаемых людей, происхождение, сфера употребления, активность и территория распространения, можно говорить о существовании 4 типов прозвищ: 1) традиционные русские деревенские и городские прозвища (сюда же относятся и социолектные, т. е. арготические и криминальные клички); 2) прозвища учителей и учеников, преподавателей и студентов, профессиональные клички и т. п.; 3) наименования политических деятелей и знаменитостей (политиков,

писателей и публицистов, артистов, шоуменов, спортсменов, олигархов и т. д.); 4) коллективные прозвища [1, с. 4].

Остановимся подробнее на характеристиках прозвищ третьей группы – наименованиях политических деятелей. Во-первых, самое главное их отличие от прочих прозвищ заключается в том, что объект номинации – люди знаменитые и широко известные, чья жизнь публична и широко освещается СМИ. Поэтому эти личностные номинации теряют присущую прозвищам камерность, а в некоторых случаях даже становятся онимами-интернационализмами. Во-вторых, основополагающая роль в их появлении, распространении и популяризации принадлежит СМИ, в частности бульварной прессе, которая запускает прозвища в медийное пространство. В-третьих, такие прозвища выполняют социальный заказ на характеристику общественных деятелей. И в-четвёртых, их создание нацелено на языковую игру [2, с. 55 – 57].

Прозвища политических деятелей образуются по традиционным моделям номинации: наименования по внешнему облику человека, его физическим данным, психологическим особенностям, чертам характера, особенностям поведения, профессиональной деятельности в настоящем и прошлом и т. д. Их образование и употребление в СМИ может определяется как коммуникативной культурой социума, так и лингвокультурными особенностями и традициями. Например, в США прозвища являются распространенным явлением американской действительности, поэтому не только представители масс-медиа, но и политики активно используют прозвищные номинации в своей речи. Такое коммуникативное поведение, которое в других странах квалифицировалось бы как неуместное, в США рассматривается как культурная особенность страны. В этом плане несомненный интерес представляет работа А. Н. Гладковой, в которой на основании анализа прозвищных номинаций президентов США было выделено 12 стереотипных представлений американцев о политическом лидере страны: *Self-made man* (Человек, сделавший себя сам), *Undeserved leader* (Незаслуженный правитель), *Politician influenced by others* (Политик, находящийся под влиянием других), *Person fighting for the democracy/Founding*

Father (Борец за демократию/Отец-Основатель), Hero (Герой), Wise Person (Мудрец), Man serving his people (Человек, служащий народу), Good orator (Хороший оратор), Person unable to fulfill promises (Человек, не способный выполнять свои обещания), Silent politician (Молчаливый политик), King (Король), Buddy (Приятель) [5].

Исследования, проведенные на материале английского языка, опираются на длительную традицию создания лингвострановедческих и ономастических словарей, в которых фиксируются прозвищные номинации политической элиты страны. В российской лингвистике уже предприняты значительные шаги в данном направлении, подтверждением чему стали вышеуказанные работы [15; 10; 1], в украинской русистике этот языковой материал еще ждет своего описания.

Обратимся к "Словарю современного жаргона российских политиков и журналистов" и рассмотрим две словарные статьи, одна из которых содержит прозвища губернатора, олигарха и владельца европейского футбольного клуба Р. А. Абрамовича, вторая – Президента РФ В. В. Путина.

АБРАМОВИЧ РОМАН АРКАДЬЕВИЧ, губернатор Чукотского АО.

Прозвища и эпитеты:

Кассир. *"Абрамовича все чаще упоминают в прессе, приписывая ему огромное влияние на кремлевскую администрацию, а затем и присвоив прозвище "кассир"."* "Московские новости" (Москва). 01.06.1999.

Кассир Семьи. *"Накануне отставки Юмашева на своей пресс-конференции в декабре 1998 года я упомянул имя Абрамовича Романа Аркадьевича в качестве "кассира" семьи Ельцина. (Так его прозвали Дьяченко и Юмашев.) Эту информацию передали все СМИ России. У Дьяченко, Березовского и Юмашева началась паника".* "Правда", (Москва). 19.05.1999.

Кошелек Семьи. *"Не менее скандальное дело касается клана Бориса Березовского, близкого к нему гендиректора "Сибнефти" Романа Абрамовича. Того самого, который известен в узких кругах под прозвищем "кошелек Семьи"."* "Трибуна", (Москва). 04.02.1999).

Семейный Казначей. "Если Р. Абрамович, находившийся до поры до времени в тени, еще не оброс прозвищами и известен широким массам как "семейный казначей", то вокруг Б. Березовского сформировалась целая субкультура". "Восточно-Сибирская правда" (Иркутск). 01.09.1999.

Полезное ископаемое. "Абрамович II думает, что нашел хорошее место у президента. Нет, вы выдали это место? Получил кличку Полезное Ископаемое". "Новая газета" (Москва). 22.07.1999) [10, с. 261].

ПУТИН ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ, Президент РФ.

Прозвища и эпитеты: **Бонапарт** (*Русский Бонапарт*, *Владимир Бонапарт*) (1999), **Владимир – не Красное Солнышко** (2000), **ВВП** – аббревиатура от инициалов Путина ("Взять хотя бы Путина. Даже отбросив от своей фамилии ослиную приставку ИО, он не заработал ничего, кроме банального ВВП. Появившееся кое-где Лилипутин умерло, едва родившись. Заочное Штази – прозвище из питерско-собчаковских времен – тоже не приклеилось. Вот и гадай о причинах невнимания...". "Собеседник" (Москва). 19.10.2000), **Вэвэ** – прозвище Путина в питерско-собчаковский период (1999), **Всенародно избранный-2** (2003), **Железный Пу** (2002), **И. о. гаранта** – (устар.) – Владимир Путин в бытность исполняющим обязанности президента РФ (2001), **Искусственный спутник Семьи** (2000), **Капутин** – якобы одно из школьных прозвищ В. Путина (2002), **Крошка Пу** (2002), **Краснознаменный сфинкс** (2000), **Кремлевский молчун** так назвала В. Путина американская газета Wall Street Journal (2000), **Кронпринц** (2000), **Моль** – Кличка Владимира Путина, которую он получил в КГБ (по другой версии – в студенческие годы) (2000), **Мороженная треска** ("Проницательный итальянский журнал "Панорама" подметил: "От первоначально сложившейся образа "мороженой трески", как называли Путина сразу после назначения его на пост премьера, остались одни воспоминания". ("Независимая газета" (Москва). 30.03.2000), **Мужчина, приятный во всех отношениях** (1999), **Невыездной** – (устар.) Прозвище Владимира Путина в его бытность и. о. президента: он тогда одновременно был премьер-министром, а по законам РФ пределы страны не могут одновременно покидать

глава правительства и глава государства. (2000), *Немец в Кремле* – под таким названием вышла в Германии книга с биографией В. Путина (2003), *Пастор Шлаг* – по сведениям газеты "Коммерсант-Молдова" – агентурная кличка В. Путина, – якобы в годы работы в ГБ Путин специализировался долгое время на "связях с христианскими конфессиями" (2000), *Пиночет* – это сравнение появилось в СМИ в 1999 г., сразу после назначения В. Путина премьером и наиболее активно эксплуатировалось в период президентской кампании 2000 г. (1999), *Платов* – прозвище В. Путина во время учебы в Краснознаменном институте (ныне – Академия внешней разведки) (2003), *Престолонаследник Ельцина* (1999), *Пути-Пут* (Rootie-Root) – прозвище, данное Путину президентом США Бушем (2002), *Путиночет* (2000), *Серый кардинал* – прозвище Путина в питерско-собачаковский период, дано за то что Путин избегал быть на виду (1996), *Сказочник с холодными глазами* (1999), *Страусиная нога* – Прозвище, которым наградил Владимира Путина Джордж Буш (2001), *Хапутин* – якобы одно из школьных прозвищ В. Путина (2002), *Чекист-перестройщик* – прозвище запустила газета "Коммерсантъ" в 1996 г., оно было реанимировано прессой в 1999 г. (1996), *Человек без легального прошлого* (2000), *Шеф* – прозвище Путина в питерско-собачаковский период (1999), *Штази* (2000), *Юдока* (Judoka) – по сведениям газеты "Дуэль" такой термин применяется в отношении В. Путина в немецкоязычной прессе. (judoka – по-немецки – дзюдоист) (2000) [10, с. 339 – 341].

Как видно из приведенных выше примеров, разница в количестве прозвищ значительная: Р. А. Абрамовича характеризуют 5 номинаций, а В. В. Путина – 33. Вполне закономерно, что лидерами по количеству прозвищ будут политики высшего эшелона власти, поскольку медиатопик "Политические новости" является доминирующим в массмедийном пространстве. СМИ регулярно освещают деятельность первых лиц страны в новостях, аналитических программах и ток-шоу и затрагивают разнообразный перечень тем: международные переговоры и визиты, встречи президента с гражданами, инициативы правительства и народных депутатов, деятельность политических партий и их

лидеров, двойные стандарты в политике, подписание соглашений, изменения в законодательстве и налогообложении, подготовка реформ, проблемы миграции, национальной нетерпимости и т. д. И так же регулярно появляются новые личностные наименования известных политиков, с которыми представители масс-медиа знакомят свою аудиторию как путём введения единичных примеров в медиатексты, так и публикацией материалов, где эта информация обобщается и систематизируется. Как пример таких материалов в российском массмедийном пространстве можно назвать статьи Л. Кафтан "Либералиссимус застукал Гендиру Зюганди под Березой. Какие прозвища носят российские политики?", А. Веичок "Прозвища политической элиты России и Южной Осетии" и под. [4; 7].

Что касается украинского массмедийного дискурса, то начиная с 2006 года в прессе регулярно появляются статьи, в которых не только перечисляются прозвища всех ведущих украинских политических деятелей (например, статья "Любимые прозвища украинских политиков", размещенная 5 июля 2006 г. на информационном портале ForUm или статья "УНИАН составил рейтинг прозвищ политиков: лидирует ПроФФесор", размещенная 18 мая 2007 г. на сайте vyborgy.org), но и делаются попытки эти прозвища классифицировать (например, статья "Клички наших политиков: Фантомас, Бандерлог, кролик Сеня и мама Рая", напечатанная 21 марта 2008 г. года в газете "Сегодня" или ее вариант, размещенный того же числа на интернет-портале "Цензор.нет" "Прозвища украинских политиков: Фантомас, Бармен, Верзила, Кролик Сеня и Крокодил Крокодилович"). По словам автора одной из таких статей Александра Чаленко, "основанием для того, чтобы "окрестить" политика тем или иным прозвищем, служит его фамилия или имя, род деятельности (обычно бывшей), особенности характера, телосложения и поведения, привычки, возраст, национальность, и даже предметы туалета и прически". Так, Президент Украины Виктор Ющенко упоминается в СМИ как *Пасечник*, *Пчеловод*, *Ющ* и *Мессия*, Виктор Янукович – как *ПроФФесор* или *Янек*. Лидирует по количеству номинаций Юлия Тимошенко, которая благодаря своей яркой политической карьере получила достаточно много ярких про-

звищ. Практически ни одно из действий Юлии Владимировны не осталось без внимания прессы, и как следствие – без прозвища: *газовая принцесса, Орлеанская дева, бело-сердечная, жулька* и др. Среди последних наименований в СМИ употребляются: *некая "працовитая" политическая сила, Вона, Кыця*. При этом сами журналисты наиболее толерантными прозвищами считают такие – *Леди Ю, Снегурочка, каравай с ушами, Юля-каАлиция*.

Исследование украинского массмедийного коммуникативного пространства, которое проводилось в 2003–2009 гг., показало, что в политическом дискурсе этого периода одной из основных коммуникативных стратегий является дискредитация политического оппонента [9, с. 215]. С этой целью используется весь имеющийся арсенал эмотивно-оценочных языковых и речевых средств: использование субстандартной лексики, в том числе беспрецедентного количества лексико-фразеологических единиц уголовного жаргона, общего и молодёжного сленга, обценных и грубопросторечных лексико-фразеологических единиц, эмотивно-экспрессивно-оценочных окказионализмов, оскорбительных эпитетов, метафор, имен, названий, которые характеризуют того или иного политического деятеля, вызывают эмоционально-негативное отношение к нему окружающих. Весьма широко и разнообразно в украинском массмедийном дискурсе используется навешивание вербальных ярлыков, среди которых своим воздействием потенциалом выделяются прозвища.

СМИ не только допускают, но и активно пропагандируют использование кличек в отношении лиц высшего эшелона власти. А ведь прозвища и клички, как отмечает В. И. Супрун, появляются прежде всего в территориально или социально ограниченной речи и их функционирование в ономастическом поле русского языка, ограничено диалектной, сленговой и жаргонно-просторечной средой [12, с. 102]. Такое активное употребление в СМИ прозвищ, снижающих статус личности, является одним из эффективных языковых средств выражения интолерантности. Таким образом, в украинском массмедийном дискурсе прозвища используются, во-первых, как средство деперсонализации личности (при

употреблении прозвищ унижительного характера) и, во-вторых, как средство стигматизации (от греч. stigma – клеймо) – навешивания ярлыков, т. е. в функциях, характерных для криминальных субкультур. Тем самым нарушается главный принцип функционирования прозвищ в речевой коммуникации, который исследователи определяют следующим образом: "Прозвища должны быть добродушны, слегка ироничны, могут поддразнивать, но не должны унижать человека, оскорблять его достоинство, приводить к конфликту в речевой коммуникации" [6, с. 22].

Активное использование прозвищ, которые унижают статус личности, в украинском массмедийном дискурсе служит одним из приёмов создания негативного образа политического оппонента. Описывая изменения, которые произошли в украинском массмедийном пространстве после Оранжевой революции, исследователи отмечают, что в 2008–2009 гг. впервые в избирательной кампании "из уст первых лиц государства прозвучали грубые и оскорбительные ярлыки, нашедшие отражение и развитие в массмедийном дискурсе: комментируя декларацию о доходах Ю. Тимошенко, президент на встрече с журналистами высказался о премьер-министре: "*Бомж!* Где берутся сотни миллионов гривен на рекламу у премьера, у которого ни квартиры, ни кусочка земли, ни машины? *Бомж!* Как можно 50 лет *бомжом* жить в стране?" ("Власть денег", № 48, ноябрь 2009). Ярлык "бомж" и возникшие после него "Бомжуля" (бомж + Юля, по аналогии с *Тигрюля* из политической рекламы Ю. Тимошенко), "Леди Бомж" активно стали использоваться в печатных СМИ и в интернет-пространстве" [8, с. 37].

В массмедийном пространстве Украины наблюдается отход от высмеивания, шуток, языковой игры в сторону социального унижения и оскорбления. За последние пять лет значительно увеличивается количество злых, неприличных личностных наименований.

Номинации, которые используются для обозначения первых лиц страны и властной элиты, всё чаще продвигаются по эмоциональной шкале от полюса "одобрение" к полюсу "неодобрение": наблюдается отход от одобрительно-шутливого, насмешливого, ироничного прозвища в сторону уничижительного, презритель-

ного, пренебрежительного, оскорбительного и даже бранного. Прозвища политиков стали использоваться в целях деперсонализации личности, снижения её статуса, что характерно для социально-замкнутых сообществ. В пространстве массовой коммуникации активное использование подобных наименований свидетельствует о криминализированности социума.

Таким образом, общая агрессивность и интолерантность, свойственные украинскому массмедийному пространству в прошлые годы, не только сохраняется, но и имеет тенденцию к усилению. Это проявляется в использовании такого эффективного средства выражения интолерантности, как прозвищные номинации, снижающие статус личности. И значительная роль в этом процессе принадлежит СМИ и блогерам, которые выступают инициаторами распространения и популяризации прозвищ, тем самым формируя "языковой вкус эпохи" (как метко отметил В. Г. Костомаров) и прививая социуму моду на использование номинаций, направленных на оскорбление и деперсонализацию личности.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в формировании корпуса прозвищных номинаций политической элиты страны с последующим созданием словаря прозвищ украинских политиков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Большой словарь русских прозвищ. [Текст] / БСРП. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2007. – ISBN 978-5-373-00435-0.
2. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Русские прозвища как объект лексикографии. [Текст] Вальтер Х. // Вопросы ономастики. – 2005. – № 2. – С. 52–69.
3. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Большой словарь русских прозвищ. [Текст] / БСРП. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2007. – ISBN 978-5-373-00435-0.
4. Веичок А. Прозвища политической элиты России и Южной Осетии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.yoo.ru/politics/po026.html>.
5. Гладкова А. Н. Лингвокультурологический анализ прозвищных номинаций президентов США / Гладкова А. Н. : Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Нижний Новгород, 2003.
6. Денисова Т. Т. Прозвища как вид антропонимов и их функционирование в современной речевой коммуникации: на материале прозвищ Шумячского и Ершичского районов Смоленской области / Денисова Т. Т.: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Смоленск, 2007.

7. См.: *Кафтан Л.* Либералиссимус застукал Гендиру Зюганди под Березой. Какие прозвища носят российские политики? [Текст] / *Кафтан Л.* // Комсомольская правда. 28.06.03. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kp.ru/daily/23060/4616/>.

8. *Кудрявцева Л. А.* Массмедийный политический дискурс Украины: особенности "послемайданного" периода / *Л. А. Кудрявцева* // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке: коллективная монография / Под ред. *М. Н. Володиной.* – М.: Академический проект, 2011. – С. 30–43.

9. *Кудрявцева Л. А., Завражина А. В., Подшивайлова А. М., Приходько И. Г., Филатенко И. А.* Речевое воздействие в украинском массмедийном политическом дискурсе (2003 – 2008 гг.) [Текст] // Язык – культура – человек: Сборник научных статей к юбилею заслуженного профессора МГУ имени М. В. Ломоносова *М. В. Всеволодовой. М., 2008. С. 215–223.*

10. *Моченов А. В., Никелин С. С., Ниязов А. Г., Савваитова М. Д.* Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов [Текст] / ЖРП. – М., Олма-Пресс, 2003. – ISBN: 5-224-04486-3.

11. Словарь молодёжного жаргона. Слова, выражения, клички рок-звезд, прозвища учителей / Под ред. *И. А. Стернина.* – Воронеж, 1992.

12. *Супрун В. И.* Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. [Текст] / *Супрун В. И.* – Волгоград: Перемена, 2000.

13. См.: *Щуплов А., Макловски Т., Кляйн М.* Жаргон-энциклопедия музыкальной тусовки. [Текст] / *Щуплов А.* – М.: Издательский центр, 1998. – SBN 5-87109-033-8;

14. *Щуплов А.* Жаргон-энциклопедия современной тусовки. При участии *Т. Макловски и М. Кляйн.* [Текст] / *Щуплов А.* – М.: Голос: Колокол-Пресс, 1998.

15. *Щуплов А.* Кто есть Ху: Мини-энциклопедия политических кличек. При участии *Т. Макловски, С. Коппола.* [Текст] / *Щуплов А.* – М., Политбюро, 1999. 239 с. – ISBN: 5-89756-022-6.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

І. Г. Приходько, канд. філол. наук., наук. співроб.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

Прізвиська як маркер коректності та ціннісних орієнтацій соціуму

У статті розглядаються найменування-прізвиська еліти в ЗМІ України та Росії. Аналізується впливовий потенціал прізвиськ та їх роль у формуванні негативного образу представників найвищого ешелону влади. Виявляються особливості функціонування прізвиськ в українському масмедійному комунікативному просторі.

Ключові слова: ЗМІ, масмедійний комунікативний простір, прізвисько, кличка.

I. Prykhodko, Cand. Phil. Sci., Research Staff Member
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The nicknames as a tag civility and value orientations of the society

This article discusses the elite nicknames in the media of the Ukraine and Russia. The impact of potential nicknames and their role in the formation of a negative image of the representatives of the higher echelons of power is analyzed. The peculiarities of functioning nicknames in Ukrainian communicative space of the mass media are revealed.

Keywords: media, communicative space of the mass media, nickname, moniker.

УДК 811.161.2.06,373

Ю. В. Романюк, канд. філол. наук, старш. наук. співроб.
Інститут української мови НАН України

ВПЛИВ СОЦІОДИНАМІКИ НА СИСТЕМУ І СТРУКТУРУ УКРАЇНСЬКОГО ДІЄСЛОВА

Статтю присвячено розглядові тенденцій мовних змін у дієслівній парадигмі: її словозмінній, її словотвірній, окресленню, з одного боку, стабільності системних явищ, належних мові (питомі словотвірні моделі, стабільне словозмінне ядро), а з іншого боку – динаміки в мовній практиці.

Ключові слова: система, структура, дієслово, парадигма, словозміна.

Вплив соціодинаміки на систему і структуру дієслова виявляється і у словозміні, і в словотворенні дієслів: зміні відношень у структурі дієслівної системи, категорійних змінах та в зміні функціонування одиниць, пов'язаних зі змінами у їхній семантиці. Проте стабільність ядра словозмінної системи дієслова залишається незмінною, вибудовується опозиція ядро-периферія, при цьому нові дієслова поповнюють саме ядро. Питомі словотвірні моделі переважають і в утворенні нових дієслів, і в оказіональному словотворенні, а на периферію словотвірної підсистеми потрапляють, окрім авторських новотворів, давно утворені дієслова, що втратили твірний елемент.

Відбувається розпад категорії двовидових дієслів і це не нове явище для дієслівної словозміни й словотворення, а відновлене (докази цієї тези можна знайти у словниках 1920–1930 років): за допомогою префіксів від таких дієслів утворюються дієслова доконаного виду, а за допомогою суфікса **-ов-** утворюються дієслова недоконаного виду (*асоціювати* – *засоціювати*, *ветувати* – *заветувати*, *ліквідувати* – *зліквідувати* – *ліквідовувати*, і II ступінь похідності *зліквідовувати*). Посилилася тенденція граматиалізації префіксів, з'явилися цілі масиви слів (зокрема, й нових) з префіксами **з-/с-**, **за-** **по-**, **про-** з граматиалізованими значеннями родів дієслівної дії (*заветувати* ← *ветувати*, *закредитувати* ← *кредитувати*, *задебетувати* ← *дебетувати*, *змодернізувати* ← *модернізувати*, *здефініювати* ← *дефініювати*, *закцентувати* ← *акцентувати*, *заргументувати* ← *аргументувати*, *зініціювати* ← *ініціювати*, *закумулювати* ← *акумулювати*, *згармонізувати* ← *гармонізувати*, *зреалізувати* ← *реалізувати*, *продефілювати* ← *дефілювати*, *поджигітувати* ← *джигітувати*). Граматиалізація і, певною мірою, десемантизація наявна в усіх цих префіксах, проте її виявлено різною мірою: префікси **з-/с-** та **за-** позначають доконаність, а **по-** і **про-** можуть означати ще й певний рід дії, наприклад, обмежувальний (делімітативний) (за С.О. Соколовою), як в останньому з поданих прикладів.

Система мови блокує певні форми у дієслівній парадигмі, наприклад активні дієприкметники на **-учий**, **-ючий**, замінюючись на форми, які більше відповідають нормі сучасної української мови (наприклад *виступальник*, а не *виступаючий*, *мітингувальник*, а не *мітингуючий*, *завідувач*, а не *завідуючий*). Цей процес неоднозначний – мовці зберігають форми, які важко замінити (*діючий правопис*, *біжущий рядок*, *правляча верхівка*). Перший зі згаданих дієприкметників можна замінити на *дійсний*, але другий та третій належать до слів із суфіксами **-уч-** (**-юч-**), **-ач-** (**-яч-**), певний масив яких у мові зберігається: під наголосом ці суфікси (*біжущий рядок*) не суперечать нормі української мови.

Поява нових суфіксів та суфіксоїдів (**-инг/-інг**), які почали функціонувати поряд з питомими (**-ування**) та раніше запозиченими (**-изація**) призвела до конкурування форм (*комп'ютеризація-комп'ютерування-комп'ютеринг*).

Сучасні медійні тексти фіксують цікаве явище – явище черезступеневого словотворення, подаючи дієприкметники, утворені без дієслів. Проілюструємо це за допомогою таких одиниць: 1) **сфедералізований** *Польща може здобути і втримати свою незалежність лише в рамках усієї сфедералізованої Європи* (УП, 2008, інтернет-видання); 2) **сфедерований** *Адже ж підбиті чи сфедеровані народи знаходили б у тих пам'ятках віру ...*, (УП, 2008, інтернет-видання); 3) **схамизований** *Бо ж ми, певна частина України, станом на 1991-й також ще не були остаточно схамизовані совком, і серед нас також, ..., ще жило багато людей, котрі пам'ятали довоєнне європейське минуле* (Поступ, № 8, 2007, С. 29). Дієслово *сфедералізувати* поки що не з'явилося в приступних нам джерелах, так само, як і *сфедерувати* або, тим більше, *схамизувати* чи хоча б *хамизувати*. Звісно, останнє дієслово є стилістично маркованим, але ми беремо і його до уваги, оскільки воно демонструє дію аналогії у віддієслівному словотворенні.

У семантиці дієслів також спостерігаємо зміни. Наприклад, відбувається термінування й детермінування дієслів, таких як *артикулювати*, *позиціонувати*, *дистанціюватися*. Наприклад, *артикулювати* згадане у словниках лише у значенні "вимовляти звуки мови". На підставі аналізу контекстів уживання дієслова *артикулювати* у мові засобів масової інформації можна твердити, що воно виражає значення "чітко визначити, окреслити щонебудь, висловити свою позицію щодо чогось". У такому значенні є підстави вважати його прихованим запозиченням із сучасних західноєвропейських мов, пор. англ. *articulate* – словник Lingvo дає третє значення після "*лінгв. артикулювати*" – "ясно виражати, викладати; формулювати". Крім того, французькі та італійські словники дають переклад "суглоб, член", таке саме значення зафіксоване у латинських словниках. Слова ж *артикуль* та польське і старе українське *артикул* ("стаття") мають спільну з *артикулювати* етимологію. А в прикладах з комп'ютерного фонду інновацій в сучасній українській мові відділу структурно-математичної лінгвістики Інституту української мови НАН України (КФІ) знаходимо синонім *аналітичний* до *артикулювальний*. Отже, логічно викладати, формулювати, підкреслювати,

виділяти, чітко окреслювати можна різні речі, наприклад знання, неповторність звичаю, пор.: *Ті знання також були пристрасні, хоч і дуже пафосні. Їх **артикулювали** справді фахові – й тому дуже переконливі – люди: вчителі, лектори, література, кіно* (М. Матіос, "Вирвані сторінки з автобіографії", Львів: Піраміда, 2011, с. 51); ... *Явні знання можна **"артикулювати"** (за висловом Уерта де Сото), тобто чітко сформулювати і викласти письмово.* (confcontact.com, 15.03.2012); *Нас тут багато, що чуються на силі **артикулювати** світові неповторність українського серця і звичаю* (М. Матіос, "Вирвані сторінки з автобіографії", Львів: Піраміда, 2011, с. 240–241). Так само можна артикулювати ідеї, думки тощо.

Щодо дієслівної словозміни, то підкреслимо стабільність її ядра, яке, за встановленою В.С.Перебийніс закономірністю, охоплює 75 відсотків усього масиву дієслів (12 парадигматичних класів із 280 з продуктивністю класу, його кількісним наповненням, вищою за 350 одиниць). Стабільність виражена в усталеному, регулярному способі дієвідмінювання. Такі парадигми характерні тим, що невелика їх кількість (три) охоплює 21040 дієслів з близько 35000, вміщених у "Граматичному словнику української літературної мови. Словозміна" (тобто ця кількість дієслів відмінюється усього за трьома моделями). Стабільність ядра підтверджують нові одиниці з КФІ: *спікерувати, атомізуватися, активізувати, актуалізувати, бароковіти, дикуніти* (авторський неологізм Є. Пашковського). Такі дієслова як *бароковіти, дикуніти*, або *защепеневмерлити, домайданитися*, звичайно, не розглядаємо як нормативні, але як такі, що залишаються на периферії за своїм значенням і стилістичною маркованістю, тут їх згадуємо лише для того, щоб підтвердити тезу про поповнення ядра словозмінної системи новими одиницями, словозміна яких цілком відповідає наявним у мові та описаним у Словнику парадигматичним класам. Натомість строкатою виглядає периферія (25 відсотків масиву дієслів): це й одиничні парадигми (парадигма описує словозміну одного дієслова) (*тяти, стятися, взути, роззути*), які втратили твірний елемент, залишки давньої словозміни (*дати, їсти*) і новотвори (також і авторські) з нетиповими

основами – *защенемерлити, домайданитися* (хоча вони належать до словозмінного класу, що охоплює немало дієслів – 396).

Проаналізувавши дані "Граматичного словника української літературної мови. Словозміна" стосовно кількісних характеристик словозмінних класів, можемо зробити висновок, що ядро охоплює найпродуктивніші класи (від 10000 до 350 одиниць): *к=утати, штовх=ати* – 7 ОО1, 9421 дієслово; *поб=алувати* – 7 ОО1 F, 6916 дієслів, *зимув=ати* – 7 ОО2 F, 4702, *черкн=ути* – 1 ОФ2 Ю, 831 дієслово; *б=ачити* – 10 ОО1 И, 672 дієслова, *сор=омити* – 13 ОО1 L1И, 445 дієслів (символом = позначено наголос). Строкату перехідну зону становлять класи з кількістю від 350 до 10 одиниць, її поглиблене структурування потребує ще детального дослідження. Однак за попереднім аналізом нашого матеріалу можемо окреслити межі оточення ядра, або "відносного ладу" кількісними показниками чисельності парадиматичних класів від 350 до 100 дієслів, а "відносного безладу" – від 99 до 10 дієслів, пор.: *кл=ейти* – 16 ОО1 Й, 97 дієслів і *л=ізти* – 17 ОО1, 17 дієслів тощо.

Значна частина лексем входить у найпродуктивніші класи з регулярно словозміною. Це доводять нові дієслова. *сканувати; інтернетизуватися; титрувати; спікерувати; прем'єрувати, мініструвати* тощо. Як нові розглядаємо слова, не зафіксовані в українських словниках радянської доби. Ці слова поповнюють один із найпродуктивніших класів – 7 ОО2 F (у Словнику до нього належать 4702 слова). Є також дієслова у нашій базі лексико-словотвірних інновацій, які активно поповнюють інші класи, з кількістю до 1000 слів, наприклад *розпіарити* (13 ОО1 И, 269 дієслів); *есемесити* (12 ОО1 W3И, 76 дієслів). Найпродуктивніший клас поповнюють дієслова *бароковіти; забронзовіти; фанатіти* – парадигма 7 ОО1 – 9421 дієслово. Як бачимо з наведених прикладів, поповнюється не лише ядро системи – класи з кількістю понад 350 одиниць, а й перехідна зона, причому, саме оточення ядра, або її "відносний лад" – від 350 до 100 одиниць. Тож, периферію формують класи зі складними моделями словозміни, властивими окремим словам (*впитися* – 7 ОФ1 G3И1Ы/Ы, 1 дієслово), а перехідну зону ("відносний безлад") –

одиниці з трипозиційним нескладним кодом таких моделей (з невеликою кількістю змін в основі або нескладною схемою наголошування), але з невеликою кількістю їх реалізації в мові (*орати* – 6 ОФ4 Е, 15 одиниць).

Отож, статистику в системі дієслівної словозміни презентують регулярні форми, утворювані за правилами, які охоплюють показові групи слів, а динаміку – форми, яким властива варіантність основ, закінчень і наголошування. Такі групи слів, як правило, нечисленні, а то й взагалі така варіантність є унікальною, властивою одному чи кільком словам.

Отже, тенденції мовних змін у дієслівній парадигмі (включно з дієприкметниками та віддієслівними іменниками), парадигмі й словозмінній, й словотвірній, окреслені, з одного боку, у стабільності системних явищ, належних мові (питомі словотвірні моделі, стабільне словозмінне ядро), а з іншого боку – у динаміці в мовній практиці: активізуванні запозичень (одиниць і їхніх елементів), термінуванні та детермінуванні дієслів, оказіональному словотворенні, черезступеновому словотворенні (яке є явищем і мови, і мовлення).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Вихованець І., Городенська К.* Теоретична морфологія української мови. – К. : Пульсари, 2004. – 400 с.
2. Закономерности структурной организации научно-реферативного текста / под ред. В.И. Перебийнос. – К. : Наук. думка, 1982. – 322 с.
3. *Карпіловська Є. А.* Неузуальне словотворення: правила "гри без правил" // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія. – 2005. – Том 8. – № 1. – С. 106–117.
4. *Клименко Н. Ф.* Потенційне слово // Енциклопедія "Українська мова". – 3-є вид. – К. : "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2007. – С. 473–474.
5. *Клименко Н. Ф.* Потенціальные и реализованные слова // Вибрані праці. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. – С. 503–516.
6. *Клименко Н. Ф.* Словотвірна аналогія в метамові перекладних словників // Вибрані праці. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. – С. 348–357.
7. *Критська В. І., Недозим Т. І., Орлова Л. В., Пуздицька Т. К., Романюк Ю. В.* Граматичний словник української літературної мови. Словозміна. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. – 757 с.
8. *Никитина Ф. А.* Влияние аналогии на словообразование. На материале родственных языков. – К. : Изд-во Киевского ун-та, 1973. – 198 с.
9. *Пашковський Є. В.* Щоденний жезл. Роман-есеї. – <http://library.kr.ua/elib/pashkovskiy/shodenniygezl.html>, 1999.

10. *Сосюр Ф. де*. Курс загальної лінгвістики. – К. : Основи, 1998. – 324 с.
11. Структурна граматика сучасної української літературної мови. Проспект / [За ред. В. С. Перебийніс]. – К. : Наук. думка, 1972. – 99 с.
12. *Тихонов А. Н.* Словообразовательный словарь русского языка. – в 2-х т. – Т. 1. – М. : Русский язык, 1985. – 855 с.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Ю. В. Романюк, канд. філол. наук, ст. науч. сотр.
Институт украинского языка НАН Украины, г. Киев

Влияние социодинамики на систему и структуру украинского глагола

Статья посвящена анализу тенденций языковых изменений в глагольной парадигме: как в словоизменительной, так и в словообразовательной, определению, с одной стороны, стабильности системных явлений, свойственных языку (словообразовательные модели, стабильное словоизменительное ядро), а с другой стороны – динамики в языковой практике.

Ключевые слова: система, структура, глагол, парадигма, словоизменение.

Ju. Romaniuk, Cand. Phil. Sci., Senior Research Staff Member
Institute of Ukrainian Language, Ukrainian National Academy of Science, Kyiv

The sociodynamics influence on the system and structure of the Ukrainian verb

The paper deals with the trends of language changes in the verb paradigm: both in the inflectional and in the derivational, defining, on the one hand, the stability of the system phenomena belonging to the language (derivational models, stable core of inflection), and on the other hand – to the dynamics of language practice.

Keywords: system, structure, verb, paradigm, inflection.

УДК 81'255.2

Н. М. Рудницька, канд. філол. наук., доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІДЕОЛОГІЧНО МОТИВОВАНА АСИМЕТРІЯ РАДЯНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДІВ ТВОРІВ ЗАХІДНИХ ПИСЬМЕННИКІВ, ПРИСВЯЧЕНИХ ГРОМАДЯНСЬКІЙ ВІЙНІ В ІСПАНІЇ

Статтю присвячено вивченню ідеологічно мотивованої асиметрії радянських перекладів творів західних письменників, присвячених громадянській війні в Іспанії. У статті описуються причини, способи і наслідки ідеологічної адаптації текстів перекладів.

Ключові слова: переклад, ідеологія, асиметрія, адаптація, цензура

Одним із перших державних документів більшовиків став Декрет про друк (1917), адже контролю за розповсюдженням інформації нова влада надавала велике значення. О. Федотова виділяє наступні ознаки, властиві для радянської держави: "///класовий підхід щодо визначення цінності інформації в будь-яких сферах життя; пресинг офіційної ідеологічної лінії; боротьба з політичними опонентами державного устрою" [13, с. 3]. Перед публікацією література проходила процес ретельного і суворого контролю на предмет відповідності панівній ідеології; доцільність і особливості перекладу також визначалися, перш за все, ідеологічними чинниками. Дослідженню впливу останніх на переклад приділяють увагу як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники (зокрема, Р. Зорівчак [3], Л. Коломієць [6], М. Стріха [12], М. Такс Чолдін [19], С. Шеррі [18]). Недостатньо висвітленими наразі залишається явище ідеологічно мотивованої асиметрії перекладів, спричиненої наявністю в оригіналах творів західних письменників матеріалів певної тематики, небажаної з точки зору радянських ідеологів. Це і визначає актуальність цієї розвідки, мета якої полягає у вивченні ідеологічно мотивованої асиметрії перекладів творів західних письменників, присвячених громадянській війні в Іспанії. Об'єктом дослідження виступає явище ідеологічно мотивованої асиметрії радянських перекладів, а предметом – причини, способи і наслідки цензурного втручання у процес підготовки перекладу художніх творів зазначеної тематики. Матеріалом дослідження виступають роман Е. Гемінгвея "For Whom the Bell Tolls" і його переклади українською і російською мовами та роман Дж. Г. Престона "The Liberals" і його переклад російською.

Оскільки ідеологічному контролю перекладу в Радянському Союзі надавалося велике значення, поступово склалася ціла система контролю на всіх етапах перекладу – від відбору твору для перекладу до публікації останнього. Головним механізмом цієї системи була радянська політична цензура, яка реалізовувалася через державні органи – Головне управління в справах літератури і видавництва (Головліт) і Головний репертуарний комітет (Головрепертком), а також партійні структури. Згідно з положенням про діяльність Головліту, укладеним при створенні

останнього у 1922 р., серед завдань цього органу була заборона видання і розповсюдження творів, що містили: 1) агітацію проти радянської влади; 2) розголошення військової таємниці; 3) збурення суспільної думки; 4) сприяння національному та релігійному фанатизму; 5) матеріали порнографічного характеру [4, с. 71].

На практиці результатом діяльності радянської цензурної системи була не лише "заборона видання і розповсюдження творів" небажаної тематики, але й цензурування, тобто вилучення або заміна відповідних фрагментів перекладених текстів. Зіставний аналіз радянських перекладів творів іноземної літератури дозволяє визначити, що політичне цензурування виконувалося для забезпечення бажаної інтерпретації перекладених творів читачами і відбувалося через вилучення з тексту перекладу таких матеріалів:

- 1) критики радянської ідеології, актуальної політики, економіки, науки, культури, суспільного життя у СРСР, комунізму як суспільного ладу, дій і особистостей комуністів та ідейних вождів⁴;
- 2) інформації, пов'язаної з окремими (забороненими) особами;
- 3) релігійного змісту;
- 4) позитивних образів "класових ворогів" і "буржуазного суспільства" в цілому;
- 5) радянських ідеологем, використаних автором оригіналу в "неортодоксальному" значенні;
- 6) національно-свідомого змісту;
- 7) окремих тем (громадянської війни в Іспанії, фашизму, антисемітизму і сіонізму).

Громадянська війна та військова інтервенція третіх країн (Італії, Німеччини та СРСР) в Іспанії (1936–1939) викликали великий резонанс; ці події привертають увагу літераторів різних країн. У СРСР наприкінці 1930-х та у 1940-х р.р. тема громадянської війни в Іспанії вилучалася з перекладів творів зарубіжних письменників. Так, у романі Дж.Г. Престона "The Liberals" герої час від часу згадують війну в Іспанії. У наступному фрагменті описується політична дискусія між головним героєм і членами його родини:

⁴ Докладніше див. статтю "Заборонені теми радянського перекладу" [11].

"Tonight world affairs took on an importance they had not had for weeks. If the Loyalists won in Spain would it be democracy as we knew it or a newer and truer form? Even in an agrarian country, Marston said, it had probably gone beyond the stage where it could be developed along the agrarian lines which Jefferson envisioned" [17, с. 191].

У перекладі Н. Волжиної та Н. Дарузес 1938 р. вилучене друге речення:

"К международному положению в этот вечер был проявлен интерес, который не наблюдался уже много недель. Даже в земледельческих странах, говорил Марстон, демократия, очевидно, миновала ту стадию развития, на которой прогресс еще может совершаться в направлении, предугаданном Джефферсоном" [10, с. 52].

В результаті такого вилучення не лише втрачено авторську думку, хоча вона не суперечить радянській позиції, але й викладення стає нелогічним: "интерес к международному положению" не підкріплений змістом наступного речення.

Наступний фрагмент – суперечку між членами родини – вилучено повністю:

"He wants Franko to take Madrid so the Spaniards can cultivate white beets".

"I didn't say that. But I get sick of your bloody talk. I said I wished the whole damn mess was over".

"No, he wants Franco to win the war. He's really a damned Phalangist at heart. He sent a gold collar button to the defence of the Alcazar. He wasn't using it any more".

"Come on", Ann said. "You might lay off".

"If you think the world's going to end in Spain, why the hell don't you go over there and do something about it?" Will asked [17, с. 28].

Треба зазначити, що вилучені й ті фрагменти тексту, що не мають експлікованого політичного забарвлення, але змальовують трагічні наслідки війни. Так, наступний фрагмент також вилучено повністю:

"It was a travel book about Spain with many photographs and had all the vulgar innocence of praise before tragedy. It had an atmosphere of death about it and thin and rotten dying. Spain now was not a traveller's country. They would not write for a long time about the architecture of Granada and men who made photographs

would make them of other things. Now Spain's grandeur was the grandeur of men fighting for those things which did not photograph well and were unfit for travel books" [17, с. 12].

У цілому, з вилученням згадок про громадянську війну в Іспанії з перекладу зникає одна з основних тем роману; смислова ємність твору не відтворюється у перекладі.

Тема громадянської війни в Іспанії є основною в романі Е. Гемінґвея "For Whom the Bell Tolls" (1940), що спричинило 28-річний інтервал між часом створення твору і оприлюднення першого перекладу на теренах СРСР (ідеологічно адаптованого перекладу Н.Волжиної та Є. Калашнікової російською мовою, 1968 р.). За свідченням Р. Орлової, перший варіант перекладу було підготовлено ще 1941 р., але у значно скороченому вигляді (з 43 розділів до перекладу включено лише 22, причому значно адаптовані [9, с. 5]. Як зазначає Є. Кузнєцова, "у першу чергу вилучаються всі натяки на те, що доля партизанського загону якимось чином пов'язана з помилками командування... В результаті такої правки втрачаються не лиш окремі висловлювання або сюжетні ходи, але й ціла низка персонажів (власне, у редакції 1941 р. відсутні всі персонажі-комуністи, залишаються лише Гольц і Кашкін) [8, с. 158]. Не зважаючи на ідеологічну адаптацію, переклад не було опубліковано; за словами А. Долініної, у 1940-х роман Гемінґвея не могли не заборонити в СРСР, де іспанську війну "намагалися скоріш забути і де вже був розстріляний прототип цинічного розумника Каркова з "По кому подзвін", автор "Іспанського щоденника" М. Кольцов, а сотні інших славетних ветеранів було відправлено до таборів" [1, с. 239].

Як відомо, у Радянському Союзі видатні твори світової літератури, оприлюднення яких вважалося ідеологічно недоцільним, перекладалися і видавалися малим накладом (до 300 копій) для обмеженого кола осіб. За свідченням Р. Орлової, таке "закрите" видання повного перекладу гемінґвеєвого роману було здійснене 1965 р. [8, с. 52].

1968 р. роман нарешті було опубліковано в ідеологічно адаптованому перекладі Н. Волжиної та Є. Калашнікової. Порівняно з редакцією 1941р. переклад був менш спотворений, але і в ньому наявні численні купюри ідеологічного характеру. Як зазначає

І. Коханська, такі купюри "включають вилучення (чи скорочення) епізодів, які містять критику: 1) Радянського Союзу та його політики; 2) комунізму як суспільного ладу; 3) методів ведення громадянської війни в Іспанії; 4) іспанських військових лідерів; 5) росіян та їхньої військової резиденції у Мадриді" [7, с. 14]. 1969 р. був опублікований переклад українською, з аналогічними ідеологічно мотивованими змінами (як наголошують С. Ковганюк та І. Коханська, це було розповсюдженою практикою у радянських видавництвах – звиряти український переклад, навіть виконаний з оригіналу, з російським [5, с. 40; 7, с. 19].

Відповідно, тотожні вилучення і заміни бачимо в перекладі 1968 р. російською і в перекладі українською М. Пінчевського у виданні 1981 р. Промовистим є вилучення фрагменту, в якому зазначається про небажаність розголосу інформації щодо "російської інтервенції":

"But there was another story that Karkov had not written. He had three wounded Russians in the Palace Hotel for whom he was responsible. They were two tank drivers and a flyer who were too bad to be moved, and since, at that time, it *was of the greatest importance that there should be no evidence of any Russian intervention to justify an open intervention by the fascists*, it was Karkov's responsibility that these wounded should not fall into the hands of the fascists in case the city should be abandoned" [16, с. 131](виділення наше. – *Н.Р.*);

"Но были и такие вещи, о которых Карков не писал. В "Палас-отеле" находились тогда трое тяжело раненых русских – два танкиста и летчик, оставленных на его попечение. Они были в безнадежном состоянии, и их нельзя было тронуть с места. Каркову необходимо было позаботиться о том, чтобы эти раненые не попали в руки фашистов в случае, если город решено будет сдать" [15, с. 406];

"Але були й такі речі, про які Карков не писав. У "Палас-готелі" лежали тоді троє поранених росіян – два танкісти і льотчик, яких залишили під його опікою. Вони були в дуже тяжкому стані, і їх не можна було перевозити; Карков мав подбати про те, щоб ці поранені не потрапили до рук фашистів, якщо місто доведеться здати" [14, с. 209].

Так само не підлягали відтворенню в перекладах описи жорстокості, притаманної як керівним кадрам, так і простим воякам іспанської народної армії, як у наступному фрагменті. В оригіналі дається яскравий опис:

"They were Communists and they were disciplinarians. The discipline that they would enforce would make good troops. *Lister was murderous in discipline. He was a true fanatic and he had the complete Spanish lack of respect for life. In few armies since the Tartar's first invasion of the West were men executed summarily for as little reason as they were under his command.* But he knew how to forge a division into a fighting unit" [16, c. 129].

У перекладах виділений фрагмент підлягає значній адаптації: відтворено лише ту частину, яка дає позитивну характеристику іспанських генералів; яскравий поширений опис Лістера – жорстокого фанатика, який не мав поваги до життя як такого – переданий одним реченням:

"Они были коммунистами и сторонниками железной дисциплины. Дисциплина, насаждаемая ими, делает из испанцев хороших солдат. Листер был особенно строг насчет дисциплины, и он сумел выковать из дивизии настоящую боеспособную единицу" [15, с. 279]. Крім вилучення двох речень замінено епітет: негативне "murderous" стає "строг"; об'єднання ж останніх речень ще більше підсилює позитивне враження читача перекладу про суворість як невід'ємну якість воєначальника. Абсолютно ідентичною є адаптація перекладу М. Пінчевського:

"Вони комуністи і прихильники залізної дисципліни. Дисципліна, яку вони запроваджують, зробить іспанців добрими солдатами. Лістер особливо суворо вимагає дисципліни, і він знає, як викувати з дивізії справжню боєздатну одиницю" [14, с. 206].

З текстів перекладів вилучаються навіть дрібні деталі, що сприяли б створенню чи наголошували б на небажаній характеристиці іспанської народної армії та партизан. Так, у наступному фрагменті автор описує розправу загону Пабло з пораненими солдатами, і це справляє неприємне враження:

"... Pablo and the others went in to finish the wounded.

After they had done this and there was no longer *any noise of the wounded*, neither groaning, nor crying out, nor the noise of shooting

in the barracks, Pablo and the others came out..." [16, с. 65] (виділення наше. – *Н.Р.*).

У перекладі виділене словосполучення, що наголошує на тому, що розстрілювали саме поранених, вилучене:

"Пабло со своими пошел приканчивать раненых.

Когда это было сделано и из казарм уже не доносилось ни сто-на, ни крика, ни выстрела, Пабло вышел оттуда..." [15, с. 299];

"Пабло з іншими пішов добивати поранених.

Коли вони скінчили і з казарми вже не долинали ні стогін, ні зойки, ні постріли, Пабло вийшов надвір..." [с. 92].

Цілком очевидно, що метою зазначених вище і подібних їм вилучень і замін є приведення перекладених текстів у відповідність до ідеологічних настанов. Але внаслідок такої адаптації спотворюються як образи роману, так і позиція автора; як зазначає І. Коханська, "втручання в ідеологічний контекст роману девальвують неконформістську позицію Хемінгвея стосовно політики Радянського Союзу, провідних іспанських військових діячів, їхніх методів боротьби тощо" [14, с. 14].

Для забезпечення бажаної читацької інтерпретації радянськими видавництвами постійно використовувалися також паратекстові засоби (критично-літературні статті, переднє слово та післямова перекладача або редактора, примітки і коментарі). Так, переднє слово до перекладу гемінгвеевого роману українською завжди скеровує читача у потрібному напрямку. Д. Затонський вміло нейтралізує небажані складові авторської позиції, експліковані за допомогою думок і дій головного героя Роберта Джордана, при-нижуючи цінність цього образу у порівнянні з образами іспанських партизан і представників СРСР: "І ті люди, яких він наслідує – інші. Це Ансельмо, Пілар, Ель Сордо, Агустін, російські комуністи Гольц і Карков. Джордан навчається в них – у синів і дочок народу, для яких честь, справедливість, віра в себе і в кращий світ є природне похідне від соціального статусу, і в стратегів громадянської війни та революції, що свідомо присвятили себе великій, загальнолюдській меті" [2, с. 19]. Втім, як відомо, незалежно від особистої позиції критика, "правильна" з ідеологічної точки зору інтерпретація була в Радянському Союзі необхідна для отримання дозволу на друк суперечливого твору.

Тож у СРСР ідеологічний чинник виступав визначальним у процесі підготовки до друку перекладів творів, що торкалися теми громадянської війни в Іспанії. Наслідком цензурного втручання є не лише асиметричність оригінального і перекладеного текстів, але й асиметрія у статусі перекладених творів порівняно з культурою оригіналу: твори заборонялися або адаптувалися відповідно до вимог політичної цензури, що спотворювало їх ідейні та змістовні ознаки. Цензурування включало такі операції, як вилучення фрагментів тексту, лексичні заміни (заради вилучення небажаного референта), вилучення або заміну окремих образів. Ефективним засобом забезпечення бажаної з ідеологічної точки зору читацької інтерпретації слугували паратекстові засоби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Долинина А. Эрнест Хемингуэй. 1940 / А. Долинина // Памятные книжные даты. – М. : Книга, 2000. – С. 239–244.
2. Затонський Д. Ернест Хемінгуей – письменник і людина / Дмитро Затонський // Ернест Хемінгуей Твори в чотирьох томах. Т. 1. – К. : Дніпро, 1979. – С. 5–25.
3. Зорівчак Р. Художній переклад в Україні як чинник формування нації : Спроба історико-літературного осмислення / Р. П. Зорівчак // Мовні і концептуальні картини світу / Зб. Наук. Праць : Спец. Випуск : Мови, культури та переклад у контексті європейського співробітництва. – К., 2001. – С. 129–132.
4. История советской политической цензуры. Документы и комментарии. 1917–1993 [отв. сост. Т.М. Горяева]. – М. : РОССПЭН, 1997. – 672 с.
5. Ковганюк С. Практика перекладу (з досвіду перекладача) / С. Ковганюк. – К. : Дніпро, 1968. – 275 с.
6. Коломієць Л. В. Український художній переклад та перекладачі 1920-30-х років : матеріали до курсу "Історія перекладу" : навчальний посібник / Л. В. Коломієць. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2013. – 559 с.
7. Коханська І. С. Літературна репутація роману Е. Хемінгвея "По кому подзвін" в американському, російському та українському літературознавстві [Автореф. дис. ... канд. філол. наук] / І. С. Коханська. – Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. – Тернопіль, 2007. – 24 с.
8. Кузнецова Е. Способы идеологической адаптации переводного текста (о переводе романа Э. Хемингуэя "По ком звонит колокол" / Екатерина Кузнецова // Логос. – 2012. – № 3. – С. 153–171.
9. Орлова Р. Хемингуэй в России : роман длиною в полстолетия / Раиса Орлова. – Энн Арбор : Ardis. – 86 с.
10. Престон Дж. Либералы [пер. Н. Волжиной и Н. Дарузес] / Дж. Х. Престон // Интернациональная литература. – 1938. – № 12. – С. 23–109.
11. Рудницька Н. Заборонені теми радянського перекладу / Н. Рудницька // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2014. – № 77 (1102). – С. 198–204.

12. *Стріха М.* Український художній переклад: між літературою і націєтворенням / Максим Стріха. – К. : Факт, 2006. – 344 с.

13. *Федотова О. О.* Політична цензура друкованих видань в УСРР – УРСР: становлення, технологія, еволюція. 1919–1990 рр. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора іст. наук : спец. 07.00.01 "Історія України" / Оксана Олегівна Федотова. – Переяслав-Хмельницький, 2009. – 36 с.

14. *Хемінгуей Е.* По кому подзвін [пер. с англ. М. Пінчевський] / Ернест Хемінгуей // Твори в чотирьох томах. Т. 3. – К. : Дніпро, 1981. – С. 5–404.

15. *Хемінгуей Э.* По ком звонит колокол [пер. с англ. Н. Волжиной, Е. Калашниковой] / Эрнест Хемингуэй // Прощай, оружие! По ком звонит колокол. Старик и море. – Алма-Ата : Казахстан, 1986. – С. 219–594.

16. Hemingway, Ernest. For Whom the Bell Tolls / Ernest Hemingway. – Scribner Books, 1995. – 480 p.

17. *Preston J. H.* The Liberals / John Hyde Preston. – NY : John Day, 1938. – 237 p.

18. Sherry, Samanta. Censorship in Translation in the Soviet in the Stalin and Khrushchev Eras / Samanta Sherry. Doctor of Philosophy thesis. – University of Edinburg, 2012. – 318 p.

19. Tax Choldin, Marianna. Censorship via Translation: Soviet Treatment of Western Political Writing // The Red Pencil: Artists, Scholars, and Censors in the USSR / ed. by Marianna Tax Choldin and Maurice Friedberg. – Boston : Unwin Hyman, 1989. – P. 21–52.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

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

**Идеологически мотивированная асимметрия советских переводов
произведений западных писателей,
посвященных гражданской войне в Испании**

В статье рассмотрена идеологически мотивированная асимметрия советских переводов произведений западных писателей, посвященных гражданской войне в Испании. Описаны причины, способы и последствия идеологической адаптации текстов переводов.

Ключевые слова: перевод, идеология, асимметрия, адаптация, цензура.

N. Rudnytska, Cand. Phil. Sci., Associate Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Ideologically motivated asymmetry
of Soviet translations of works by Western writers
about the Spanish Civil War**

The article deals with ideologically motivated asymmetry of soviet translations of works by Western writers about the Spanish Civil War. There have been described causes, methods and consequences of ideological adaptation of translated texts.

Keywords: translation, ideology, asymmetry, adaptation, censorship.

М. Сайко, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ПЕЙОРАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ У ПЕРЕКЛАДІ СУБТИТРІВ ДО НІМЕЦЬКОМОВНИХ КІНОФІЛЬМІВ

У статті розглядаються особливості відтворення пейоративних одиниць у перекладі, а також різні способи їх відтворення. Особливу увагу приділено прийомам, які застосовуються для адекватної передачі окремих груп пейоративної лексики.

Ключові слова: пейоратив, абсолютний пейоратив, релятивний пейоратив, сема, переклад, способи перекладу, прийоми перекладу.

Одним із чинників збагачення сучасного словникового запасу як української, так і німецької мов є універсальна тенденція розвитку лексики – так звана тенденція до експресивізації. Завдяки їй до словника сучасної німецької мови вливається значна кількість нових лексичних одиниць. Так з'являється пласт лексики, яку називають "пейоративною", "інвективною", "ненормативною", "лайливою", "нецензурною", "обсценною", причому іноді підкреслюється нетотожність цих понять.

Протягом останніх десятиліть спостерігається поява багатьох досліджень із вивчення пейоративної лексики. Вивченням її займалися О. Гаврилів, О. Голод, Л. Білоконенко, Я. Дагмар, В. Карасик, О. Крилова.

Однак, попри пильну увагу до вивчення проблеми пейоративної лексики у лінгвістичному просторі, досить мало досліджень було присвячено пейоративній лексиці у галузі кіноперекладу. Дослідженням загальної проблематики перекладу пейоративної лексики займалися лише декілька науковців. Серед них – О. Клименко, Т. Лукьянова та М. Ткачівська

Але саме відтворення пейоративної лексики досить часто викликає неабиякі труднощі у перекладі. Відсутність усталених підходів до відтворення такої лексики у кіноперекладі обумовлює **актуальність** дослідження цього питання у перекладознавстві.

Новизна дослідження полягає у напрацюванні нового перекладознавчого підходу до відтворення пейоративної лексики при перекладі крізь призму кінодискурсу, а також виокремленні особливостей відтворення пейоративної лексики як невід'ємного елемента німецькомовних молодіжних кінофільмів.

Метою цього дослідження є визначення особливостей відтворення окремих груп пейоративної лексики при перекладі субтитрів німецькомовних фільмів. Дослідження проводитимемо на основі перекладів німецькомовних комедійних фільмів *"Fack ju Göhte"*, *"Knockin' on heaven's door"*, *"Keinohrhasen"*, оскільки для цього жанру характерне активне використання досліджуваного пласту лексики.

Поняття пейоративності в лінгвістиці частіше зустрічається у вузькому розумінні. Так, у "Словнику лінгвістичних термінів" О. С. Ахманової ми знаходимо таке визначення слова "пейоративний" (зневажливий, депреціативний, несхвальний): який має негативну експресивно-емоційно-оцінну конотацію; який додає слову негативну конотацію [1, с. 315].

Л. Білоконенко вважає, що, залежно від контексту, конкретна лексична одиниця може реалізовувати своє пейоративне значення, якщо структура цієї одиниці має емотивно-оцінний аспект [2, с. 120].

Надзвичайно великий внесок у дослідження пейоративної лексики зробила в свою чергу О. Є. Голод. У своїй дисертації вона зазначає, що пейоративами називаються "лексичні одиниці, в структуру лексичного значення яких входить конотативний аспект (негативна емотивна сема), за допомогою якого виражається негативне ставлення мовця до адресата" [4, с. 6].

На сьогоднішній день існує надзвичайно багато класифікацій досліджуваного пласту лексики. В. Карасик, наприклад, виділяє загальні та спеціальні пейоративи [6, с. 238]. В. Галаган, досліджуючи пейоративну лексику, класифікує пейоративи за їх структурою (прості, структуро-похідні) [3, с. 104]. За семантично-морфологічними критеріями, пейоративну лексику можна поділити на непохідну та похідну. До непохідних пейоративів належать лексеми, які мають лише пейоративне значення. Похідні пейоративи поділяються на: а) структурно-похідні (форма-

льні) пейоративи; б) семантично-похідні пейоративи (метафоричні та метонімічні пейоративи), де пейоративним є переносне значення лексеми [4, с. 7–8]. З О. Гаврилів погоджується О. Крилова, яка наводить асоціативно-тематичну класифікацію релятивних пейоративних номінацій [8, с. 49–58]. Однак в нашому дослідженні ми зупинимось на класифікації О. Гаврилів, яка розрізняє абсолютні та релятивні пейоративи. За визначенням О. Гаврилів, для абсолютних пейоративів характерне збереження негативної емотивної семи на рівні парадигматики, в той час як релятивні пейоративи набувають відповідної негативної емотивної семи в конкретному контексті [12, S. 58–59].

Очевидно, що на сьогоднішній день питання відтворення пласту пейоративної лексики при перекладі залишається відкритим. Переклад досліджуваної лексики з німецької мови українською ускладнюється тим, що структури цих мов несиметричні [11, с. 239].

Так, існує декілька підходів до визначення прийомів перекладу пейоративної лексики [5], [7], [10]. Але всі вони мають спільні риси, оскільки завдання перекладача полягає в правильному відтворенні засобами іншої мови не тільки комунікативного, але й емоційно-експресивного аспекту.

Розглянемо способи передачі найбільш вживаної групи пласту пейоративної лексики при перекладі кінофільмів. Йдеться про абсолютні пейоративи, а також особливості їх функціонування у перекладі українською мовою німецькомовних фільмів:

1) *Mal gucken, wer ihr **Wichser** seid. Подивимось, що ви за кретини* ("Fack ju Göhte").

Буквально лексема "*der Wichser*" означає, як подає словник Duden, "*jemand, der onaniert*", воно також має позначку "*derb*". О. Гаврилів у своєму "Німецько-українському словнику лайливих слів" пропонує переклад "*дрочко, дрочун*". Та беручи до уваги значення використаного абсолютного пейоратива в німецькомовній доріжці, перекладач вдається до інтерпретаційного (пояснюючого) перекладу, використовуючи лексико-семантичну заміну.

2) *Diese **Wichser**! Гівнюки малі!* ("Fack ju Göhte").

В наведеному прикладі при перекладі пейоратива "*Wichser*" перекладач також використовує інтерпретаційний переклад, аби розкрити нечітко виражені імплікації.

3) **Fickschule, Mann.**

– *Achte mal auf deine Ausdrucksweise, du Wichser.*

– **До дідька** цю школу.

– *Слідкуй за тим, що говориш.* ("Fack ju Göhte")

Крім формального пейоратива "*Fickschule*", при перекладі якого перекладач вдається до прийому інтерпретаційного перекладу, в оригінальній доріжці було вжито абсолютний пейоратив "*der Wichser*", переклад якого полягає в перекладацькій трансформації опущення.

4) *Und dafür ramm ich dich weg, du Wichser! Я викину тебе геть, тупцю* ("Fack ju Göhte").

При перекладі абсолютного пейоратива "*der Wichser*" у наведеному прикладі перекладач використовує нелінійний відповідник, адже одній стилістично забарвленій одиниці вихідної мови відповідає більш нейтральна одиниця мови перекладу, що свідчить про меліорацію цього пейоратива. Отже, перекладач вдається до узагальнено-приблизного перекладу.

5) *Ich möchte, dass ihr mich ins Krankenhaus fahrt. Mit dem Wagen. Wichser. Я хочу, щоб ви відвезли мене в лікарню. Цим мерсом, дебіли!* ("Knockin' on heaven's door").

Так, в наведеному прикладі перекладач використовує нелінійний відповідник "дебіли", що свідчить про можливість інтерпретації при відтворенні пейоративної лексики.

Отже, варіативність перекладу одного й того ж пейоратива підтверджує гіпотезу про те, що власне процес перекладу такої лексики полягає не лише в звичному для перекладача пошуку словникового відповідника, а й у відтворенні ситуації, акту комунікації, сенсу, вкладеного у вихідний текст автором.

До групи абсолютних пейоративів відноситься також німецький скатологізм "*Scheiße*" а також похідні від нього формальні пейоративи:

6) **Einen Scheiß mach ich alleine! Der hat heute Morgen schon den Bluthochdruck! Ніфіца** я тут не зроблю! **Шеф** з самого ранку злий, **мов собака!** ("Keinohrhasen").

Крім використаного перекладацького прийому антонімічного перекладу для передачі абсолютного німецького пейоратива, перекладач перебільшує початкове значення та емоційне забарвлення сказаного, застосовуючи при цьому порівняння, по-своєму переосмислюючи ситуацію, та застосовує для цього український релятивний пейоратив, утворений за моделлю "людина – тварина".

7) *Maike, du bist so scheiße! Майке, жирна вівця!* ("Fack ju Göhte").

Німецький пейоратив "*scheiße*" набуває в українському перекладі метафоричного значення, адже саме так перекладачу вдається знайти вихід для передачі висловленої в оригінальній доріжці образи. Так, такий інтерпретаційний переклад робить переклад адекватним та надає йому неабиякої колоритності.

8) – *Was soll der Scheiß?*

– *Hast du was gesagt, Mädchen?*

– *Ви що собі дозволяєте?*

– *А тобі що не подобається, так?* ("Knockin' on heaven's door").

З наведеного прикладу стає очевидним, що при перекладі німецькомовного абсолютного пейоратива ("*der Scheiß*") використання прийому опущення може призвести до неадекватності перекладу. Це стосується і наступного вжитого пейоратива, який, у свою чергу, зараховують до групи релятивних пейоративів, оскільки адресатом у кінофільмі є чоловік.

9) *Au, verfickte Scheiße! Хай тобі зрець, зараза!* ("Fack ju Göhte").

При перекладі пейоративного вигуку "*au*" та пейоратива інвективного значення "*Scheiße*", відтінок пейоративності якого в наведеному прикладі підсилюється за допомогою ад'єктивного інтенсифікатора "*verfickt*", застосовується прийом компенсації втрат при перекладі (стилістична трансформація), адже перекладачу вдається віднайти непрямі відповідники, а саме пейоративні вигуки, частота вживання яких в українській мові приблизно відповідає частоті вживання зазначених німецьких пейоративів.

10) *Glaubt ihr, ich heul jetzt? Scheißkinder. Гадали що я розридаюся? Гадиняки.* ("Fack ju Göhte").

Абсолютний пейоратив "*Scheißkinder*" в наведеному прикладі перекладається способом відтворюється способом збереження відповідної семи шляхом відтворення її повним відповідником.

11) *Ich hab ja nur 13 Monate auf **diesen Scheißmoment** gewartet. Я уявляв собі 13 місяців ("Fack ju Göhte").*

Отже, у наведеному прикладі німецький формальний пейоратив "*der Scheißmoment*" при перекладі було опущено. Очевидно, що в українському перекладі відсутній відповідник стилістично забарвленої одиниці мови оригіналу. Хоча лише у рідких випадках неможливо знайти відповідно сильного українського пейоратива, еквівалентного німецькому [12, S. 165]. Саме таке опущення при передачі українською мовою німецького пейоратива не передає необхідну емоційність героя, яку можна було би простежити в оригінальній доріжці.

В наступних прикладах розглянемо особливості перекладу абсолютних пейоративів, які відносяться до таких частин мови, як прикметник та дієслово.

12) – *Ich schneid dir deine **hässlichen Extensions** ab.*

– *Nicht, die waren voll teuer!*

– *Dann **verpiss dich**.*

– *Я тобі твої **нарощені памли** видеру.*

– *Ні, тільки не волосся. Це ж купа грошей!*

– ***Вали, корова** ("Fack ju Göhte").*

Абсолютний ад'єктивний пейоратив "*hässlich*", який, як зазначає словник Duden, означає "*von unschönem Aussehen, das ästhetische Empfinden verletzend*", вживається разом з релятивним пейоративом "*Extentions*" ("*Ausweitung, Ausdehnung, Streckung*"), утвореним за моделлю "частина тіла – людина". Зазначені пейоративи перекладаються релятивним та абсолютним пейоративом відповідно. Так, у наведеному прикладі простежуємо використаний при перекладі стилістичний прийом компенсації, який сприяє збереженню в мові-реципієнті негативних сем згаданих пейоративів.

Дієслово з пейоративним значенням "*sich verpissen*" отримує у словнику Duden позначку "*salopp*" і означає "*sich [heimlich] entfernen, [unbemerkt] davongehen; sich davonmachen*". Дієслову "валити" в українській мові не характерна така емоційність, тому перекладач компенсує втрату при перекладі за допомогою релятивної пейоративної номінація – "*корова*", утвореної за моделлю "людина – тварина".

13) *Dann lauf doch nicht immer so rum. Du bist doch gar nicht so hässlich.*

Так одягайся нормально, а не неначе недобитий трансвестит. Ти ж не **виродок** якийсь, так? ("Fack ju Göhte").

Незважаючи на той факт, що німецькому пейоративу "*hasslich*" можна знайти відповідну стилістично забарвлену одиницю в українській мові, перекладач вважає за доцільне використати прийом інтерпретаційного перекладу, що деякою мірою знижує стилістичний реєстр пейоратива вихідної мови, але в цілому забезпечує адекватність перекладу.

14) *Die ist voll hässlich. Вона страшна, мов смерть* ("Fack ju Göhte").

Як бачимо, для передачі зазначеного німецького абсолютно-го пейоратива українською мовою перекладач за допомогою порівняння використовує описовий спосіб перекладу.

15) *Gott, ist die blöd. Ну й тупиця* ("Fack ju Göhte").

Абсолютний ад'єктивний пейоратив "*blöd*", який відноситься до розмовної лексики і означає "*dumm, töricht*" перекладається пейоративною номінацією "*тупиця*". Очевидно, що згаданий пейоратив перекладається завдяки збереженню семи "дурості" її частковим відповідником.

Отже, згідно з проведенням статистичним аналізом пейоративної лексики, під час перекладу абсолютної пейоративної лексики перекладі застосовують найчастіше інтерпретаційний прийом перекладу (40 %), прийом опущення (17 %) та прийом компенсації втрат при перекладі (17 %).

Розглянемо особливості відтворення релятивної пейоративної лексики у перекладі:

16) *Geh jetzt nach Hause, du siehst aus wie ein Fixer. Іди додому, маєш вигляд наркомана* ("Fack ju Göhte").

У вищенаведеному прикладі адекватний переклад релятивної пейоративної одиниці "*der Fixer*" на позначення роду заняття чи професії полягає відповідно в збереженні семи "наркоман" за допомогою її повного відповідника.

17) *Ihr wollt doch nicht ernsthaft Drogendealer werden? Бу що це? Насправді зібралися бути наркодилерами чи бандюгами?* ("Fack ju Göhte").

Наведений приклад демонструє відтворення пейоратива "*Drogen-dealer*" лексемою синонімічного ряду мови-реципієнта. Проте, як показує практика, під час перекладу субтитруванням такий спосіб використовується рідко.

18) *Sie sind ein Faschist. Ich hasse Sie. Bu фашист, герр Мюллер. Ненавиджу* ("Fack ju Göhte").

Очевидно, що для перекладу релятивної пейоративної одиниці на позначення ідеологічної, національної приналежності використовується лінійний відповідник, тобто одній стилістично забарвленій одиниці ("*Faschist*") відповідає інша стилістично забарвлена одиниця ("фашист"), а отже, сема зберігається.

19) *Verpissst euch vorn Schulhof, oder ich trete in eure Ärsche und poliere eure Fressen! Мерщій розійшлися, поки я не спустився і не надавав по ваших ніжних дитячих дупах!* ("Fack ju Göhte").

При перекладі абсолютного пейоратива "*sich verpissen*" перекладач пом'якшує його значення, компенсуючи наявні втрати при перекладі релятивними пейоративами: "*ніжні дитячі дупи*". Очевидно, що при перекладі було опущено релятивну одиницю "*die Fresse*", яка, відповідно, має в словнику позначку "*derb*". Спостерігаємо граматичну трансформацію опущення.

20) *Quatsch nicht so viel. Drück dir lieber deine Mondkrater aus. Замовкни, маляво прищави. Іди морду почисти.* ("Fack ju Göhte").

Розмовне дієслово "*quatschen*", вжите в наказовому способі та з заперечною часткою "*nicht*", набуває в цьому контексті релятивної пейоративності. Крім використаного перекладацького прийому антонімічного перекладу, перекладач перебільшує початкове значення та емоційне забарвлення сказаного, вдаючись до модуляції (смыслового розвитку), використовуючи додаткові українські пейоративні одиниці. Релятивний пейоратив "*Mondkrater*", утворений за моделлю "частина тіла – людина", було перекладено способом збереження семи "великого рота" за допомогою повного відповідника "*морда*".

21) *Gib mir das Handy wieder, du Behinderter. Поверни телефон, тупиця* ("Fack ju Göhte").

Ми бачимо, що перекладач перекладає німецький релятивний пейоратив "*der Behinderter*" українським абсолютним – "*тупиця*",

зберігаючи при цьому сему "вади" на рівні відтворення її частковим відповідником. Так, стилістична забарвленість пейоратива в мові-реципієнті відрізняється від забарвленості мовної одиниці в початковому тексті, але в цілому експресивність тексту передається.

22) *Elisabeth. Häng ihm jetzt nicht am Arsch wie 'ne ungebumste Jungfer.* *Елізабет, навіть не думай липнути тепер як стара дівка* ("Fack ju Göhte").

При передачі релятивної пейоративної сполуки "*am Arsch hängen*" українською мовою перекладач використовує узагальнено-приблизний переклад. Спостерігаємо, що при перекладі наступної пейоративної номінації "*eine ungebumste Jungfer*" перекладач знаходить нелінійний адекватний відповідник, тому відповідна сема відтворюється лише частково.

23) *Alle Monster. Alle! Це монстри, а не діти!* ("Fack ju Göhte").

У наведеному прикладі чітко бачимо, що наявність лінійного відповідника релятивної пейоративної одиниці "*das Monster*" уможливорює повне збереження семи.

Цікавим випадком є переклад наступного релятивного пейоратива, утвореного від одиничного імені:

24) – *Lass mich los jetzt.*

– *Also, Pumuckl.*

– *Забери руки.*

– *Слухай, відмінниця* ("Fack ju Göhte").

Так, Пумукль (*Pumuckl*) є героєм німецького телесеріалу "*Meister Eder und sein Pumuckl*" ("Майстер Едер і Пумукль"). Він – рудоволосий кобольд (у німецькій міфології – добродушний домовик). Українському глядачу прямий відповідник цього релятивного пейоратива не був би зрозумілим, тому перекладач застосовує прийом інтерпретаційного перекладу.

Особливості функціонування наступних пейоративів у нижченаведених прикладах привертають нашу увагу:

25) *Die sind bei Rot über die Ampel gebrettert und haben mich dabei umgenietet.* *Та два виро́дки збили мене зі ске́йта. На червоне їхали* ("Knockin' on heaven's door").

26) *Der ist zu nichts zu gebrauchen.* *Нікчемний не́с* ("Fack ju Göhte").

Так, артикль німецької мови може набувати в певному контексті релятивної пейоративності. Оскільки граматична категорія артикля не характерна українській мові, перекладач при передачі таких релятивних пейоративів використовує інтерпретаційний переклад, відтворюючи цим самим необхідну емоційну забарвленість висловлювання.

Статистичний аналіз показав, що під час перекладу релятивної пейоративної лексики найчастіше застосовується спосіб збереження необхідної семи шляхом її відтворення повними або ж частковими відповідниками (43 %).

Висновком може слугувати той факт, що дослідження особливостей відтворення пейоративної лексики у перекладі чітко показує, що переклад пласту пейоративної лексики викликає неабиякі труднощі. Перекладачу потрібно враховувати культурну належність цільової аудиторії, несиметричність мовних систем, а також час та кількість знаків, відведені на субтитри. Все це значно впливає на відтворення пейоративної лексики при перекладі. Звичайно, переклад не завжди може бути абсолютно симетричним до оригіналу, однак і не може кардинально деформувати зміст висловлювання. Проаналізовані переклади підтверджують, що пейоративна лексика вимагає при відтворенні глибокого переосмислення, яке спрямоване на збереження стилістичного регістру такої лексики. Так, переклад пласту пейоративної лексики вимагає застосування прийомів інтерпретаційного перекладу, опущення, компенсації втрат при перекладі, узагальнено-приблизного перекладу при перекладі абсолютних пейоративів, а також збереження необхідної семи шляхом її відтворення повними або частковими відповідниками при перекладі релятивних пейоративів.

Перспективи дослідження полягають у подальшому вивченні проблем перекладу пейоративної лексики при перекладі кінофільмів, що сприятиме підвищенню професійної компетенції майбутніх перекладачів та напрацюванню перекладацьких засадничих принципів відтворення пейоративної лексики при перекладі кінодискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов [Текст] / О. С. Ахманова. – М. : КомКнига, 2007. – 576 с.
2. Білоконенко Л. А. Пейоративна й інвективна лексика в міжособистісному конфлікті / Л. А. Білоконенко // Філологічні студії : Науковий вісник КНУ: зб. наук. праць / за заг. ред. Ж. В. Колоїз. – Кривий Ріг, 2012. – Вип. 7, ч. 2. – С. 119–127.
3. Галаган В. Я. Структурні та семантичні властивості іменників-пейоративів та прикметників-пейоративів / В. Я. Галаган // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер.: Філологічна. – 2010. – Вип. 13. – С. 104–110.
4. Голод О. Є. Особливості семантики та функціонування пейоративної лексики в сучасній німецькій мові : Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / О. Є. Голод; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Ль., 2001. – 18 с.
5. Дагмар Я. Стилистика перевода разговорных и просторечных выражений с русского языка на немецкий : дис. ... канд. филол. наук: : 10.02.20 / Я. Дагмар – Волгоград, 2000. – 193 с.
6. Карасик В. И. Язык социального статуса [Текст] / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.
7. Клименко О. Л. Основні труднощі адекватного перекладу нестандартної лексики англійської мови [Текст] / О. Л. Клименко // Вісник Сумського державного університету. Серія Філологія. – 2003. – № 4(50) – С. 89–93.
8. Крылова О. Н. Пейоративные номинации лица в гендерном аспекте : на материале немецкого языка: дис. кандидата филологических наук: 10.02.04 / Крылова Ольга Николаевна; – Москва. – 2009. – 202 с.
9. Лукьянова Т. Г. Жанрово-стилістичні особливості перекладу субтитрів (на матеріалі англомовних художніх фільмів) [Текст] / Т. Г. Лукьянова // Філологічні трактати. – 2012. – Т. 4, № 2. – С. 50–55.
10. Ткачівська М. Р. Емоційність твору як рефлексорне відображення реальності (негативна характеристика жінки у німецькомовних перекладах) / М. Р. Ткачівська // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2014. – Вип. 2. – С. 183–186.
11. Шліхарт Т. Варіативність перекладу інвективних мовленнєвих актів на прикладі англомовної драми ХХ століття // Наукові записки. Studia in honorem. Серія : Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград. – 2013. – Випуск 116. – С. 236–240.
12. Havryliv O. Verbale Aggression. Formen und Funktionen am Beispiel des Wienerischen. Frankfurt am Main u.a. Peter Lang Verlag. – 2009. – 220 S.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

М. Сайко, студ.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Особенности воспроизведения пейоративной лексики в переводе субтитров к немецкоязычным кинофильмам

В статье рассматриваются особенности воспроизведения пейоративных единиц в переводе, а также различные способы их воспроизведения. Особое

внимание уделено приемам, которые применяются для адекватной передачи отдельных пластов пейоративной лексики.

Ключевые слова: пейоратив, абсолютный пейоратив, релятивный пейоратив, сема, перевод, способы перевода, приемы перевода.

M. Saiko, Stud.

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The peculiarities of rendering of pejoratives in translation of subtitles to German films

The article investigates the peculiarities of rendering pejoratives in translation and also describes different strategies of their rendering. Special attention is paid to methods, essential for the appropriate translation of separate groups of pejoratives.

Keywords: pejorative, absolute pejorative, relative pejorative, seme, translation, translation strategies, translation methods.

УДК 81'373.2

О. Е. Синявская, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченка

РУССКИЕ КОММЕРЧЕСКИЕ НАИМЕНОВАНИЯ XIX ВЕКА И ИХ СУГГЕСТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Статья посвящена проблемам присвоения товару коммерческого имени в дореволюционный период. В работе анализируется суггестивный потенциал коммерческих наименований XIX века и особенности его реализации по сравнению с современным периодом. Рассматриваются различные способы воздействия названия товара на выбор потребителя на различных уровнях языковой системы (фонетическом, лексико-семантическом и нейролингвистическом). Отмечаются отличия в количественном и качественном характере суггестивного воздействия коммерчески релевантного имени дореволюционного и современного периодов.

Ключевые слова: суггестия, коммерческое наименование, фоносемантика, трансонимизация, нейролингвистика, модальность, прагматическая пресуппозиция, модель мира

Суггестивное воздействие в коммерческой сфере рассматривается как одна из характеристик рекламной деятельности в целом: "от информации реклама перешла к внушению, затем к "незаметному внушению", ныне же ее целью является управлять потреблением" [2, 178]. Особенностью рекламного текста является то, что

в нем актуализируются те элементы, которые наиболее эффективно воздействуют на потребителя, поскольку реклама способствует появлению "иллюзии уникальности, то есть впечатлению неповторимости, уникальности рекламируемого товара или услуги" [9].

Изучение суггестивного воздействия рекламного текста находится в центре внимания многих исследователей (Д. Огилви [36], Д. Поуп [37], А.В. Ульяновский [31], В.Л. Музыкант [16], Е.В. Ромат [21], О.А. Феофанов [32], А.Н. Лебедев-Любимов [12], Е.А. Песоцкий [19], А.И. Пишняк [20], Л.И. Рюмшина [22], М.Ю. Лихобабин [14], Н.В. Чумичева [33], Н.В. Слухай [24; 25; 26], Н.В. Паршук [18] и др.).

В большинстве работ, посвященных изучению суггестии в коммерческой сфере, анализируются манипулятивные технологии, стратегии и тактики воздействия, рассматриваются варианты психологической защиты.

Роль коммерческой номинации в процессе воздействия на выбор потребителя анализируется в ряде работ современных исследователей И.В. Крюковой [10], Н.А. Стадильской [28], Н.В. Слухай [24; 25; 26] и некоторых других.

Как отмечает О.Е. Яковлева, широкий ассортимент товаров, с которыми потребитель постоянно сталкивается, и интенсивная реклама этих продуктов способствуют тому, что их коммерческие названия становятся частью активного словарного запаса носителя языка [36]. Это позволяет рассматривать коммерческое наименование как одно из ключевых средств реализации суггестии в рекламной сфере, где оно выступает в роли так называемой точки – зрительного или вербального ориентира в гипнотическом сеансе. Именно вокруг "точки" – коммерческого названия строится суггестивный рекламный текст [15, 236]. Коммерческое наименование является искусственно созданной единицей, цель которой заключается в прагматической установке "приписывать продукту свойства, заложенные в его название, а также замещать товар во всех его коммуникациях с потребителем" [6, 150]. Таким образом, коммерчески релевантные имена "рассчитаны на априорный, запланированный номинатором прагматический эффект" [36]. Коммерческое наименование эксплицитно или имплицитно дает положительную оценку товару

[28]. То есть название товара создается, в первую очередь, не для того, чтобы предоставить потребителю информацию о продукте, а для того чтобы улучшить его сбыт.

Современные коммерческие наименования, разработанные, как правило, профессиональными неймерами с учетом последних исследований в области психологии, социологии, менеджмента, маркетинга, лингвистики, демонстрируют широкий спектр средств суггестивного воздействия на психику, чувства и волю потенциального потребителя. При этом роль удачного коммерческого названия в процессе влияния на выбор покупателя для успешной реализации продукции отмечалась еще в XIX веке: "...Удачно и во время подобранное название сплошь и рядом может создать какому-нибудь предмету массовый сбыт, тогда как в противном случае, без названия, он продолжал бы лежать на полках не тронутым. Это такое название, которое что-нибудь да говорить уму или сердцу покупателя, взятого в массе. Это название может быть имя какого-нибудь народного героя, писателя, по какому-либо поводу (годовщина смерти, рождения и пр.), занимающего толпу в данный момент, имя какой-нибудь коронованной особы, по случаю какого-либо события (вошествия на престол, коронация, бракосочетания и пр.), занимающего все умы; имя какого-нибудь артиста или какой-нибудь артистки, приехавшей в ваш город на гастроли и т. д., и т. д. Таким удачным названием можно создать моду на данный предмет, а вместе с модой, разумется, и спрос" [8, 291].

Суггестивное воздействие коммерческих наименований на потребителя осуществляется с помощью различных средств языковой системы: фонетической, лексико-семантической, нейролингвистической. Проиллюстрируем наиболее частотные случаи реализации суггестивного воздействия примерами русских коммерческих наименований XIX века.

Первым, с точки зрения языковой системы, уровнем, на котором реализуется суггестивная установка неймера, является **фонетический**. Высокий суггестивный потенциал данного уровня обусловлен тем, что он не анализируется сознанием, поскольку звуковые ассоциации очень древни и неподвластны логике

современного человека в условиях динамичного восприятия [18, 126]. При восприятии коммерческого наименования потребитель в первую очередь обращает внимание на звуковой облик имени: "Впечатление, производимое названием, психологи называют энграммой. Под этим термином подразумевается влияние, которое название оказывает на человека, независимо от объекта, которому принадлежит. Впечатление складывается из ощущений человека, который впервые слышит или читает неизвестное слово – то есть сочетание букв, из которых это слово состоит, звуков, которые человек слышит или воспроизводит, а также эмоциональных образов, вызываемых этими буквами и звуками" [39]. Анализ возможных фонетических ассоциаций, вызываемых звучанием имени, исследуется, с одной стороны, с учетом фоновых знаний адресата, а с другой – связан с фоносемантическим анализом номинации. Он позволяет оценить влияние звуков, составляющих название, на психическое состояние человека, поскольку каждый звук человеческой речи обладает определенным подсознательным значением [7].

Дореволюционные рекламисты также отмечали немаловажную роль фонетического облика коммерческого имени в процессе суггестивного воздействия на потребителя: "Анонсируемый предмет долженъ быть окрещенъ красивымъ и звучнымъ названіемъ, которое благодаря этому легко удерживается въ памяти" [11, 559]. Реализация в рекламном тексте XIX века фонетического потенциала названия отмечается преимущественно за счет активного использования экзотически звучащих лексем (например, вино "*Віаль*", карамель "*Соренто*", вафли "*Мельба*", конфеты "*Субретка*", печенье "*Манола*", табачные изделия "*Меланжъ*"). Чаще всего в качестве названий употреблялись заимствования из французского языка (например, кондитерские изделия "*Флёръ д'Оранжъ*", водка "*Кремъ де Ваниль*", табачные изделия "*Реноме*", какао "*Гротесъ*"), поскольку французская культура пользовалась особой популярностью в дореволюционной России и позиционировалась как престижная, элитарная. В качестве источника заимствований в современном нейминге преобладает английский язык. Высокая частотность заимствован-

ных наименований в дореволюционный период обусловлена как социально-экономическим фактором – большим количеством иностранных производителей на территории России в XIX веке, так и прагматической установкой номинаторов – апелляция к заграничному происхождению товара, как правило, формирует его положительный образ в сознании потребителя и благоприятно влияет на имидж компании-производителя.

Специальное создание коммерческих наименований непосредственно из фонем, путем искусственного подбора букв, в результате которого образуются так называемые фантазийные номинации, не обладающие реальным содержанием, в дореволюционном нейминге практически не зафиксировано (из 760 коммерческих названий отмечено только две такие номинации – конфеты "Зю-Зю" и "Ки-Ко"). В современном нейминге количество подобных названий также крайне небольшое – всего 0,4 % (например, карамель "Слами", "Бобс", чай "Лисма", конфеты "Альмонде", "Линдор", "Слимо", напиток "Трофи") от общего количества номинаций (2545 единиц). Это свидетельствует о том, что фонетический потенциал языковой системы все еще не используются с максимальной возможностью при создании эффективных коммерческих наименований.

Реализация **лексико-семантического потенциала** коммерческого имени, как отмечает И.В. Крюкова, "предполагает актуализацию его доономастического значения, то есть лексического значения слова, положенного в основу названия товара" [9]. По словам дореволюционных исследователей в области рекламы: "Сила словъ всегда была неотразима, и тотъ, кто хочетъ вліять на людей, долженъ, кромѣ внесенія извѣстной идеи, найти нужныя слова. <...> Сильное слово всегда поражаетъ и приковываетъ слушателя" [11, 559]. В качестве таких "сильных" слов для коммерческих названий XIX века активно использовалась позитивно окрашенная лексика (например, конфеты "Тріумфъ", "Наслаждение", "Удовольствие"), слова с семантикой новизны (например, папиросы "Прогрессъ", пиво "Новое", печенье "Смесь 20 века"), лексика, указывающая на полезность продукта (например, кофе "Здоровье", шоколад "Сантэ"), его исключительный

характер, популярность и востребованность (например, карамель "*Царская*", чай "*Императорский*", табак "*Особенный*", "*Отборный*", шоколад "*Фаворит*", конфеты "*Любимец*"). Подобные наименования, за счет создания положительно окрашенных образов, способствовали позитивации товара в сознании потребителя.

В поздний дореволюционный период зафиксировано также активное употребление национально маркированной лексики в качестве наименований (например, конфеты "*Родина*", "*Россия*", "*Русь*", "*Русские герои*", "*Национальная*"). Специфика национально маркированных коммерческих номинаций определяется, в основном, на уровне коннотативного значения, которое дополняет денотативно-сигнификативное и содержит весь спектр ассоциаций, образов, эмоций, оценок, а также ценностных ориентиров, которые могут быть актуализированы в конкретной речевой ситуации.

В дореволюционном нейминге использовались некоторые средства интимизации. Так, например, включение адресата в личную сферу говорящего в рамках рекламной коммуникации могло происходить с помощью деминутивов ("*Красненький*" (чай), "*Малинка*" (карамель), "*Мурочка*" (карамель), "*Ор^ышки*" (пряники), "*Теремок*" (табачные изделия)). Использование подобной лексики в качестве коммерческих наименований, по точному замечанию Н.В. Васильевой, свело "на нет абстрактные дискуссии об уменьшительности, ласкательности, пренебрежительности и других характеристиках эмоционально нагруженных суффиксов, тем самым экспрессивное словообразование в сфере собственных имен окончательно прагматизировалось" [4, 174]. Одним из способов организации контакта между именуемым субъектом и адресатом является использование в составе названий личных местоимений. Так, например, дореволюционное наименование карамели "*Я обожаю*" навязывает потребителю запланированное номинатором мнение, выдавая его за желание самого потребителя. С помощью использования формы незаконченного предложения, которое стимулирует адресата восполнить его, подставив недостающий компонент (обозначение именуемого товара), номинатор вовлекает покупателя к соучастию в создании коммерческой номинации.

Суггестивное влияние на потребителя может оказывать и использование в качестве наименований определенных антропонимов и топонимов.

При аллюзивной трансонимизации функции коммерческих номинаций выполняют "имена собственные с устойчивым ассоциативным содержанием, с общим фоном известности, знаменитости" [9, 267]: личные имена исторических, политических и культурных деятелей (например, карамель *"Максимъ Горькій"*, *"Несравненная Анастасія Дмитріевна"*, *"Е. И. В. Принцесса Е. М. Ольденбургская"*) и названия художественных произведений и литературных персонажей (например, кондитерские изделия *"Братья Карамазовы. Алеша Карамазовъ"*, *"Гоголь. Ревизоръ"*, *"Донъ Жуанъ"*, *"Отелло"*). Как отмечает У.А. Уварова, наличие аллюзивных имен в коммерческой сфере "навязывает реципиенту ассоциацию двух, в принципе изначально не связанных между собой понятий, одно из которых – конкретная марка, а другое – некий образ, затрагивающий определенные струны души" [30, 92]. Аллюзивные антропонимы в качестве коммерческих наименований служат в рекламном тексте целям указания на неповторимость и высокое качество товара, а также рассчитаны на узнавание потребителями, поскольку, по определению Ю.Д. Апресяна, личная сфера реципиента, состоящая из него самого и всего, что ему близко физически, морально и интеллектуально, подвижна – она может включать большее или меньшее число объектов в зависимости от ситуации. В частности, она может расширяться настолько, что в нее входят и незнакомые говорящему люди" [1, 645–646]. И.В. Крюкова считает, что "для "захвата" аудитории узнавание гораздо важнее сознательного согласия с прямыми и однозначными утверждениями отправителя сообщения" [9].

Особенностью дореволюционного коммерческого нейминга является то, что в центре рекламного сообщения находилось имя производителя или поставщика товара (часто с сохранением родительного падежа, например, *"Какао Ванъ-Гутена"*, *"Чайная торговля Сергея Алексеевича Спорова"*, *"Березовый Бальзам Д-ра Ленгиля"*, *"Столовое вино И.А. Смирнова"*). Согласно иссле-

дованию коммерческих номинаций М.Е. Новичихиной, 56 % коммерческих названий конца XIX – начала XX века в тематическом отношении представляют собой названия, актуализирующие принадлежность тому или иному лицу [17, 67]. Ю.А. Грушевская, анализируя собственные имена в рекламном тексте, отмечает, что в рекламных текстах начала XX века "имя владельца фабрики или завода, имя изобретателя товара, автора издания, то есть владельца рекламируемого продукта, присутствует в преобладающем большинстве текстов. Таким образом, реализуется принцип, по которому имя, фамилия, соответственно, репутация владельца, в которые вложены труд и средства, только они сами уже могут приносить прибыль. Имя владельца является гарантией высокого качества товара" [5, 7]. Таким образом, использование имени производителя выступало гарантом качества продукции, при этом его положительный образ экстраполировался и на рекламируемый продукт. Это обусловило то, что имя производителя зачастую выполняло функцию коммерческого наименования товара.

Фамилии основателей фирмы или производителей продукции часто дополнялись сокращениями К^о и Т^{бо}, указывающими на то, что в производстве товара задействован не один человек, а целая компания (например, кондитерские изделия *"А. И. Влазовъ и К^о"*, *"Т^{бо} Жоржъ Борманъ"*). Поскольку производство продукции являлось семейным делом, передающимся по наследству, это также находило отражение при маркировке продукции (например, кондитерские изделия *"Бр. Елисѣевы"*, *"Бр. И. и А. Когтевы преемники Г. Я. Чистякова"*, *"Н^{ку} А. С. Кудрявцева"*, *"Н^{чы} Яни Янылы Панаіотъ съ С^{ми}"*, *"Т^{бо} С. Титова С-я"*, табачные изделия *"Викторсон старшаго"*, алкогольные напитки *"И. А. Смирновъ и сыновья"*). При этом гарантией качества продукции выступала репутация не одного человека, а целой компании или семьи.

Большинство фамилий производителей, используемых в дореволюционных коммерческих номинациях, являлось иностранными (например, *Бежо, Койлю, Миллер, Эфросъ, Абатьелло, Нестле*), что, помимо информации о происхождении продукции, вы-

полняло дополнительное прагматическое указание на престижность и качественность именуемого товара. Также это было обусловлено модой на звучные заграничные имена, которые гарантировали коммерческий успех. Так, например, выходец из новгородского села Ландра по имени Федор, начав карьеру кондитера, сменил свое имя на более звучное – Георг, и назвал свои кондитерские изделия "*Г. Ландринъ*", позиционируя их как заграничные [38]. Со временем популярность и признание его продукции потребителями способствовали тому, что его личное имя перешло в нарицательное обозначение для леденцов⁵.

Еще одним примером успешного использования псевдонима в качестве коммерческого наименования является название кондитерских изделий "*Кетти Боссъ*", производитель которых носил фамилию Собитек. Прочтение его фамилии с обратного конца оказалось не только ярким и запоминающимся, но оно еще и создало определенную интригу вокруг компании кондитера. Местные жители долго пытались угадать, кем является та таинственная незнакомка, в честь которой названы кондитерские изделия [40].

В качестве коммерческого наименования в дореволюционном нейминге активно использовались различные топонимы, которые помимо информирования потребителя о месте производства именуемого товара, могли формировать у адресата определенные представления о свойствах продукта, актуализируя коннотативные семы "натуральность", "стабильность", "надежность", "высокое качество" (например, "*Англійскій портеръ*", "*Баварское*" (пиво), "*Боржомъ*" (минеральная вода), "*Гаванскія сигары*", "*Индійскій*" (чай), "*Цейлонскій*" (чай), "*Шоколадъ Бельгійскій*"). Продуктивным средством суггестивного воздействия, по мнению И.В. Крюковой, является также использование в качестве коммерческих наименований "реальных топонимов, обозначающих географические объекты, не связанные ни с местами производства, ни с местами основного потребления товаров" [9] (например, "*Гибралтаръ*" (вафли), "*Голландс-*

⁵ Ландрин – сорт леденцов; монпансье [29].

кая" (конфеты), "Испанская" (конфеты), "Мадридъ" (печенье), "Ниппонъ" (конфеты), "Санъ-Яго" (конфеты), "Сингапуръ" (карамель), "Ямайка" (карамель)). В современном нейминге, помимо аналогичных способов употребления топонимической лексики в качестве коммерческих наименований, активно используются вымышленные топонимы, механизм суггестивного влияния которых заключается в том, что "происходит отвлечение от некоторых сторон реальности, "отключение" краткосрочной или исторической памяти, которая может создавать психологический барьер при внушении" [9] (например, молоко "*Вкуснотеево*", кондитерские изделия "*Мармеландия*", вино "*Виния*", кофе "*Кофея*", пиво "*Сибирия*", конфеты "*Жувиленд*").

В аспекте **нейролингвистики** скрытое воздействие на органы чувств человека можно проанализировать как определенные модальности (модели опыта [3, 13]). В дореволюционном нейминге, наряду с мономодальностью, стимулирующей один преобладающий орган чувств, активно используется также комплексная модальность, которая предполагает стимуляцию нескольких зон восприятия. Например, среди названий кондитерских изделий распространено обращение к тактильным и вкусовым ощущениям: например, "*Сладкіе танцы*", "*Шоколадный Вальсъ*", "*Бальный ирисъ*", "*Вальсъ Монпасье*", "*Вальсъ Карамель*", "*Кэксъ-Галонъ*", "*Танецъ Какао*". Как отмечает Н.В. Слухай, "влияние на несколько органов чувств одновременно обеспечивает синестетичность восприятия и способствует позитивации восприятия объекта" [23].

Воздействие коммерческих номинаций на психику человека может осуществляться через фоновые знания. Одним из самых распространенных способов является актуализация прагматической пресуппозиции – положительной оценки предметного содержания наименования товара его адресатом [24]. Данное влияние осуществляется за счет активизации восприятия содержания коммерческих наименований определенной аудиторией. Например, содержание названий табачной продукции ориентированно в большей степени на ценностную парадигму мужской аудитории. Это проявляется в использовании номинаций, актуа-

лизирующих военную и политическую тематику (например, *"Блудный Генераль"*, *"Герой"*, *"Суворовъ"*).

Анализ ретро-рекламы демонстрирует, что дореволюционные коммерческие наименования конструируют, в основном, такие модели мира, в которых декларируется отнесенность продукта к этнически ценным, историческим фактам и событиям, то есть этнографическую (например, вино *"Русское Шампанское"*, кондитерские изделия *"Русские Герои"*, *"Славянские Типы"*, *"Боярский"*, *"Национальная"*) и историческую (например, кондитерские изделия *"Юбилейная 1812–1912"*, *"1812 годъ"*, *"В память 300-лѣтія Дома Романовыхъ"*, *"Петръ I"*, *"М. Д. Скобелевъ"*).

В дореволюционном нейминге также активно употребляются экономическая (подчеркивается наивысшая потребительская ценность товара, например, табачные изделия *"Роскошь"*, *"Важный"*, *"Козырные"*) и географическая (указание на географическую локализацию товара, например, пиво *"Мюнхенское"*, *"Венское Столовое"*, *"Портеръ Англійскій"*) модели. В исследовании Н. В. Слухай, посвященном современной коммерческой рекламе в Украине, также отмечено, что среди психологических моделей мира, актуализированных ретро-рекламой, доминирующее положение занимали экономическая, географическая и этнографическая модели; социально-психологическая модель (при которой навязываются стереотипы мышления и акцентируется высокое социальное положение потребителя) встречается в соединении с другими; физиологическая модель (в которой постулируется полезность, экологичность, биологическая ценность товара) не представлена вовсе [27].

Таким образом, несмотря на то, что дореволюционная реклама носила преимущественно информативный характер и позиционировалась как честная и правдивая по отношению к потребителю [18], в составе коммерческих наименований XIX века зафиксированы некоторые способы суггестивного воздействия на покупателя. Спектр способов скрытого влияния на выбор потребителем именуемой продукции в дореволюционных неймах значительно уступает современному периоду, как на количественном, так и на качественном уровнях суггестии. В целом, суг-

гестивный характер коммерческих названий XIX века значительно мягче по сравнению с современным временем, когда воздействие часто носит патогенную направленность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Апресян Ю. Д.* Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира // *Апресян Ю. Д.* Избранные труды. Т. 2. М. : Школа "Языки русской культуры", 1995. – 766 с.
2. *Бодрийяр Ж.* Система вещей: Монография / Ж. Бодрийяр. М. : Рудомино, 2001. – 218 с.
3. *Бэндлер Р., Гриндер Д.* Паттерны гипнотических техник Милтона Эриксона. Сыктывкар. – 203 с. год
4. *Васильева Н. В.* Собственное имя в мире текста. М. : Академия гуманитарных исследований, 2005. – 224 с.
5. *Грушевська Ю. А.* Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти. Автореф. дис..... канд.. філол..н. – Дніпропетровськ, 2005. – 19 с.
6. *Домнин В. Н.* Брендинг: новые технологии в России. СПб. : Питер, 2002. – 384 с.
7. *Журавлев А. П.* Звук и смысл. М. : Просвещение, 1981 – 160 с.
8. Каждой вещи особое имя// Торговое Дѣло № 10, 1908. – С. 291.
9. *Крюкова И. В.* Имена собственные в современной российской рекламе // Рекламный дискурс и рекламный текст: Коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. М. : Флинта : наука, 2011. – 296 с., С. 261–279. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: medialing.spbu.ru/upload/files/file_1416163082_8847.doc
10. *Крюкова И. В.* Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: Автореф. дисс.....док. филол. наук. Волгоград, 2004. – 44с.
11. *Купецъ.* Реклама// Торговое Дѣло. 1913. № 18. – С. 558–562.
12. *Лебедев-Любимов А. Н.* Психология рекламы. СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
13. *Ливиц Т. Н.* Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах: Дисс..... канд. филол. наук. Таганрог 1999. – 354 с.
14. *Лихобабин М. Ю.* Технологии манипулирования в рекламе. Способы зонбирования. Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 140 с.
15. *Медведева Е. В.* Рекламная коммуникация: Монография / Е. В. Медведева. М. : Едиториал УРСС, 2003. – 280 с.
16. *Музыкант В. Л.* Рекламный текст и эмоции человека // Психология и психоанализ рекламы. Личностно-ориентированный подход / ред.-сост. Д. Я. Райгородский. Самара, 2001. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text14/87.htm>
17. *Новичихина М. Е.* Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: Дис.....д. филол. наук. Воронеж, 2004. – 351 с.
18. *Паришук Н. В.* Вербализация побудительной интенции в русском рекламном тексте: Дис.....канд. филол. наук. Киев, 2008. – 271 с.
19. *Песоцкий Е. А.* Реклама и психология потребителя. Ростов н/Д, 2004. – 192 с.

20. Пишняк А. И. Эффекты массовой коммуникации: влияние телевизионной рекламы на потребительское поведение (на примере российских рынков напитков): Дисс...к. социол. наук. М., 2006. – 26 с.

21. Ромат Е. В. Реклама: Учебник для студентов специальности "Маркетинг". Изд. перераб. и доп. К., Х.: НВФ "Студцентр", 2000. – 480 с.

22. Рюмина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. М., Ростов н/Д, 2004. – 240 с.

23. Слухай Н. В. Лингвистические аспекты нейминга // Філологічні науки: синхронічний та діакронічний аспекти. Суми : СумДУ, 2009 – С. 397–405.

24. Слухай Н. В. Міфологічні джерела прагматикону текстів масмедіа. Сімферополь: Кримський державний інженерно-педагогічний університет, 2004 – 107 с.

25. Слухай Н. В. Суггестия и коммуникация: лингвистическое программирование поведения человека: учебно-методическое пособие/ Н. В. Слухай. К. : ИПЦ "Киевский университет", 2012. – 319 с.

26. Слухай Н. В. Язык современных масс-медиа в зеркале мифа. К. : Изд-во ИФ КНУ, 2011. – 100 с.

27. Слухай Н. В., Паришук Н. В., Гудкова Н. Н. Лингвосемиотика русской рекламы : история и современность (Часть 1. Дореволюционный период). К., Изд-во ИФ КНУ. – 91 с.

28. Стадильская Н. А. Функционально-прагматическая направленность и лингвистический статус товарного знака (на материале английского языка): Автореф. дис... канд. филол. н. Пятигорск, 2003. – 17 с.

29. Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/>

30. Уварова У. А. Фоновые знания в рекламе // Чествуя филолога: к 75-летию Ф. А. Литвина. Орел, 2002. – С. 90–96.

31. Ульяновский А. В. Мифодизайн в рекламе: учеб. пособие. СПб. : Филологический ф-т СПбГУ, 2011. – 168 с.

32. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России. СПб. : Питер, 2003. – 384 с.

33. Чумичева Н. В. Копирайтинг и рекламная суггестия: алгоритмизация творчества: автореф. дис. ... канд. филол. наук: Ростов-на-Дону, 2009. – 23 с.

34. Шатин Ю. В. Построение рекламных текстов: Монография / Ю. В. Шатин. М. : Бератор-Пресс, 2002. – 128 с.

35. Яковлева О. Е. Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: gf.nsu.ru/www/docs/yakoavt.pdf

36. Ogilvi D. Ogilvi on Advertising. N.Y., 1985.

37. Pope D. A. The making of advertising. N.Y., 1983.

38. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://otvet.mail.ru/question/43402675>

39. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/14712>

40. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/oldarchive/c2256713004f33f5c2256a5e00452461.html>

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. Є. Синявська, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

Російські комерційні найменування XIX століття та їхній сугестивний потенціал

Стаття присвячена проблемам присвоєння товару комерційної назви у дореволюційний період. В роботі аналізується сугестивний потенціал комерційних найменувань XIX століття і особливості його реалізації у порівнянні з сучасним періодом. Розглядаються різноманітні засоби впливу назви товару на вибір користувача за допомогою різних рівнів мовної системи (фонетичного, лексико-семантичного і нейролінгвістичного). Відзначаються відмінності у кількісному та якісному характері сугестивного впливу комерційно релевантних імен дореволюційного та сучасного періодів.

Ключові слова: сугестія, комерційне найменування, фоносемантика, трансонімізація, нейролінгвістика, модальність, прагматична пресупозиція, модель світу.

O. Syniavska, post-graduate student of the Institute of philology
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Russian commercial names of the 19th century and their suggestive potential

Article is devoted to the problem of naming during the pre-revolutionary period. The issue reveals how suggestive potential of commercial names are used in the XIX century and how it differs from the modern period. The analysis of different levels of language system (phonetic, lexic-semantic and neurolinguistic) allowed to commit numerous uses of suggestion in commercial names. As a result, we can assert that there is a difference in quantitative and qualitative character of pre-revolutionary and modern names.

Keywords: suggestion, commercial name, phonosemantics, transonimization, neurolinguistics, modality, pragmatic presupposition, world model

УДК 81'255.4

С. В. Скрильник, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕХАНІЗМИ НЕОЛОГІЗАЦІЇ У ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ

У статті проаналізовані основні механізми та шляхи неологізації у художньому перекладі, визначені головні причини та прагматичні наслідки неологізації мовлення переклада. Автор досліджує прагматичний ас-

пект розширення семантичного тезаурусу цільового тексту завдяки запозиченню у тексті перекладу оригінальних лексико-семантичних та лексико-синтаксичних конструкцій.

Ключові слова: *неологізація, конвергенція, метафоризація, асоціативний ряд, семантичний тезаурус.*

У сучасній лінгвістичній науці та перекладознавстві неологізацію ототожнюють з процесом метафоризації, оскільки йдеться про розширення семантики цільової лексики, а з іншого боку – зі створенням нової лексико-семантичної сутності у цільовій мові.

Виділяють внутрішньомовні неологізми та міжмовні неологізми. Внутрішньомовні неологізми утворюються за допомогою семантичної чи морфологічної деривації з модифікацією семантики лексики за допомогою внутрішньомовних семантичних та морфологічних перетворень. Міжмовні неологізми утворюються двома шляхами: зовнішнє запозичення лексико-семантичної будови та морфолого-семантичне й синтаксичне уподібнення. Часто завдяки неологізації заповнюються лексичні лакуни у мові [3].

Існує два шляхи неологізації:

1. Переосмислення семантичної сутності вже існуючої лексики, яка таким чином стає неологізмом у певному контексті.
2. Запозичення з іншої мови лексико-семантичної сутності з певним значенням [1, 7].

У той час, як перший спосіб може застосовуватись як на внутрішньомовному просторі, так і на міжмовному просторі, другий шлях лежить у міжмовній площині. Переосмислення семантичної сутності може відбуватися за допомогою часткового уподібнення метафоричних значень лексем у контактуючих мовах, таким чином у цільовій мові відбувається розширення образної семантики лексики, що вживається як неологізм.

Неологізацію розуміють насамперед як необхідність заповнювати відсутні лексико-семантичні ланки у мові [2, 4, 6].

Виділяють такі мотиви неологізації у перекладі.

3. Коли іншомовне слово не можна замінити одним рівноправним словом своєї мови, натомість його семантику можливо відтворити тільки описово [2].

У таку групу лексичних одиниць входять терміни, реалії, індивідуально-авторські неологізми, оказіоналізми та інші лаку-

нарні лексичні одиниці. Часто такі лексеми не пов'язані з когнітивними концептами у цільовій мові, отже потребують перенесення. Запозичення з іншої мови лексико-семантичної сутності відбувається через: 1. Транслітерацію, 2. Транскрипцію, 3. Калькування, 4. Напівкалькування. Головним у функціонуванні новоутвореної лексеми в мові є її зв'язність та співвіднесеність з певним когнітивним полем, у якому функціонує новоутворення.

4. Коли іншомовне слово має частковий еквівалент у цільовій мові, а відтінки його значення контекстуально змінюються [2].

До таких слів належать запозичення, які мають приблизні, або часткові відповідники у цільовій мові, але є полісемантичними та мають додаткові конотації й відтінки значень. Вищезазначений мотив неологізації особливо актуальний у складанні вузькоспеціалізованої термінологічної бази, в якій не можуть використовуватися полісемантичні терміни, натомість часто запозичуються лексеми з іншої мови. Наприклад, під час створення вузькоспеціалізованої перекладацької термінологічної бази з автомобільного імпорту були запозичені терміни, синоніми до яких уже існували в мові, зокрема, *fleet import* – фліт імпорт [17], хоча в українській мові зафіксовано термін "оптове/гуртове ввезення/імпорт" [17]. Запозичений термін має дещо іншу функціональність та семантику, ніж його існуючий синонім (гуртовий імпорт з урахуванням знижки від дилера та ціни на аксесуари авто). Іншим прикладом є термін "*pipeline import* – імпорт пайплайн" [17], який також має частковий відповідник (потоківий імпорт), тому відбувається неологізація через запозичення задля звуження функціонування даного терміна лише в певній терміносистемі.

5. Коли необхідно актуалізувати специфічну семантику лексеми чи словосполучення та їх функціонування в оригінальній терміносистемі чи когнітивному просторі, навіть якщо у цільовій мові існують відповідники.

До цієї групи належать лексеми чи словосполучення, які мають чітко визначену функціональність та асоціацію з певним концептом у мові оригіналу. Наприклад, у перекладі назв офіційних посад українською мовою часто необхідно вдаватися до запозичення та неологізації, якщо не існує єдиної перекладацької термінологічної бази.

6. Коли відсутні необхідні джерела інформації, в яких містяться перекладні відповідники.

У цьому випадку перекладач має право запозичувати термін чи словосполучення для експлікації семантики терміна та уникнення надлишкової інтерпретації. Наприклад, у перекладі спеціалізованого документу з розробки клієнтської підтримки, замовляючи який розробники повинні надавати глосарії термінів, у випадку відсутності термінологічної бази перекладач неологізує певні вузькоспеціалізовані терміни: cold calls – "колд кол дзвінки" [15], хоча можливий варіант описового перекладу – "дзвінки навання, автоматичні дзвінки, дзвінки перспективним клієнтам".

У нашому дослідженні ми розглядаємо неологізацію у міжмовній площині через конвергенцію функціональних, когнітивних, семантичних ознак лексеми у мовленні перекладу та інкорпорування новоутворення у когнітивний контекст мовлення перекладу.

Неологізація у перекладі служить засобом увиразнення асоціативного, образного, конотативного навантаження оригінальної лексеми у мовленні перекладу. Неологізація відбувається за допомогою конвергенції лексико-семантичної, морфолого-синтаксичної структур оригіналу та перекладу. Відбувається уподібнення як структури, так і функціональності лексичних одиниць оригіналу та перекладу. Неологізми у мовленні перекладу є стилістично-забарвленими лексемами, що виконують чітку контекстуальну та стилістичну функцію.

Неологізми, що утворюються у процесі перекладу, мають оказіональний характер та є індивідуально-перекладацькими неологізмами. Для аналізу неологізації у перекладі не важливо, чи новоутворена лексична одиниця увійде у мовний вжиток чи залишиться функціонувати у рамках мовлення перекладу. Важливо описати шляхи та мотиви неологізації у перекладі та її функціонування у рамках стилістичного контексту лексичного новоутворення. У той час як загальномовні неологізми слугують заповненню певної прогалини у лексичній та семантичній структурі мови, індивідуально-авторські неологізми слугують засобом досягнення художнього стилістичного ефекту.

Індивідуально-перекладацькі неологізми мають ширшу функціональність у мовленні перекладу, оскільки можуть утворюватися не тільки з метою делакунізації певної лексеми чи реалії, що є відсутньою у цільовій мові. Зафіксовані лексеми, синтаксичні та граматичні конструкції неологізуються у перекладі для досягнення комунікативної та стилістичної функціональності. Неологізмами у перекладі ми також вважаємо існуючі лексичні одиниці у цільовій мові, що модифікують свою семантику чи конотаційне навантаження під впливом лексеми тексту оригіналу через увиразнення її значення у когнітивному чи стилістичному контексті мовлення перекладу.

Отже, існують наступні шляхи перекладу неологізмів.

1. Неологізм – неологізм (уподібнення лексико-семантичної чи морфолого-синтаксичної структури лексем);
2. Неологізм – не-неологізм (заміна близьким за значенням словом);
3. Не-неологізм – неологізм (неологізація існуючої семантичної одиниці ВТ в цільовій мові).

У конвергентному процесі важливим є те, що уподібнення відбувається не тільки на рівні семантичної чи синтаксичної структури фрази, а також і на рівні стилістики та образності, що робить неологізм функціональним саме у рамках даного перекладу і некогерентним поза контекстом [54]. Незважаючи на функціональність та зрозумілість оригінального неологізму у вихідній мові, його переклад є okazіональним утворенням та функціонує лише у контексті мовлення перекладу.

Конвергенція актуалізується у перекладі

І) неологізму – неологізмом за допомогою:

а) неологізації існуючої лексеми ЦМ через модифікацію її семантики у контексті ЦТ:

Так кінчає свою статтю наш відважний "селозатор" [8].

This is how our valiant "villagizer" finished his article [15].

Лексема "селозатор" є неологізмом в українській мові, який ми зустрічаємо у М. Хвильового та О. Вишні: "селозатори міста" – за типом "урбанізатори села". Автор висловлює негативно-іронічне ставлення до соціальної політики влади та називає людей, які підтримують політику примітивізації, спрощення міської культури

"селозаторами", тобто оригінальний неологізм є стилістично-забарвленим у контексті твору. Перекладач використав існуючу лексему англійської мови: *villagizer*, яка має інше значення та іншу конотацію: дана лексема стосується терміносистеми соціології з наступним значенням: "процес об'єднання людей спільних поглядів". Неологізм "селозатор" стосується істоти, натомість лексема "*villagizer*" – неістоти. У перекладі відбувається модифікація семантики лексеми "*villigizer*" у контексті ЦТ. Контекст мовлення перекладу уточнює саме таке значення неологізму "*villagizer*": "*our valiant villigizer*". Отже відбувається неологізація через конвергенцію семантики лексеми та її ознаки.

б) уподібнення морфолого-синтаксичної структури лексеми ВТ та ЦТ:

Ми цитуємо зі Шпенглера спеціально для того, щоб трохи подразувати "сатану в бочці" з гопаківсько-шароваристої (наш власний образ), тепер ультра-червоної "Просвіти" [8].

We quote from Spengler in order to irritate "Satan in Barrel" with his hopako-wide trousered (our own expression), now ultra-red Prosvita [15].

"Гопаківсько-шаровариста "Просвіта" – це політично забарвлена метафора-неологізм М. Хвильового. Вона складається з реалії на позначення національного танцю "гопак", що приєднується у складений прикметник за допомогою інтерфікса "о" до іншої етнічно-забарвленої лексеми-реалії "шаровари", яку автор перетворює на прикметник за допомогою прикметникового суфікса "ист" та флексії "ої" в родовому відмінку в узгодженні з власною назвою "Просвіта". Етнічно-забарвлені компоненти складеного прикметника-неологізму мають відповідники в англійській мові: гопак – *hopak*, шаровари – *wide trousers*, отже дані лексеми не є лакунарними у цільовій мові. Однак перекладач використовує словотвірну модель оригінального неологізму, таким чином створюючи неологізм у перекладі: уподібнення словотвірної моделі: *hopako-wide trousered*, зберігши інтерфікс *o* та додавши діеприкметниковий суфікс англійської мови *ed*: *wide-trousered*. Отже, в даному випадку оригінальний неологізм перекладається неологізмом за допомогою конвергенції словотвірної будови.

Наступний приклад:

The world has ferraried of late [4-wheel Magazine 2012, с. 67].

Світ останнім часом став занадто обфerrarеним [Повнопривідний журнал 2012, с. 56].

В оригіналі вжито продуктивний словотвірний прийом конверсії, яку перекладач вдало відтворив за допомогою словотвірного уподібнення та кальки, створюючи конверсію у цільовому мовленні.

в) уподібнення лексико-семантичної будови зі зміною морфологічного значення лексеми:

Неологізація у перекладі почасти відбувається з метою відтворення авторського неологізму. Незважаючи на те, що у діакронічному вимірі певна лексема чи словосполучення вже установились, вони є частиною ідіостилю автора. Перекладацькі неологізми, хоча і наслідують лексико-семантичну будову авторського неологізму, актуалізують морфологічні та стилістичні особливості цільової мови, при цьому змінюючи морфологічне значення лексеми. Так, наприклад, П. Куліш у перекладі трагедій В. Шекспіра неологізує мовлення перекладу, відтворюючи неологізм – неологізмом, при цьому він стилістично адаптує лексичне новоутворення до цільової мови та змінює морфологічне значення неологізму:

Nay, hear them, Antony: Fulvia perchance is angry; or, who knows If the scarce-bearded Caesar have not sent His powerful mandate to you... [Antony and Cleopatra, 1623, Act I, с. 20].

Ні, вислухай, Антоніє. Там може Розсердила ся Фульвія, а може рідкобородько Цезарь посилає Тобі своє веління всемогуче... [Антоній і Клеопатра, 1902, Акт 1, с. 20, пер. П. Куліша].

Лексема "scarce-bearded" належить до Шекспірівських неологізмів, хоча вже увійшла у лексичний склад англійської мови. Цей спосіб неологізації є особливістю словотвору В. Шекспіра: Adj/Num/S+P2 у функції означення у реченні: "round-wombed, three-suited, lily-livered, fan-sucked, oil-shaken, lust-dieted, milk-livered, toad-spotted" [16] та ін. Наведені вище неологізми є стилістично-забарвленими у мовленні оригіналу, та наділяючи означуване певною конотацією по відношенню до означуваного, перекладач завдяки неологі-

зації авторського неологізму передає у перекладі стилістичне забарвлення та конотацію лексеми оригіналу.

Разом з тим, будь-який перекладацький неологізм, якщо він наслідую лексико-семантичну будову оригінального неологізму, має мотивуватися та експлікуватися стилістичним та когнітивним контекстом мовлення перекладу. У даному випадку, у п'єсі В. Шекспіра "Антоній і Клеопатра" йдеться про молодого Цезаря, який вперше згадується у репліці Клеопатри, коли та читає звістку із Риму Марку Антонію. Ставлення Клеопатри до Цезаря є іронічно-негативним: вона глумиться над Антонієм, який вирішує її покинути, щоб повернутися до своїх володарських справ. Клеопатра називає Цезаря "scarce-bearded" – молодиком, який приймає таке необдумане рішення. Перекладач калькує лексико-семантичну структуру неологізму, але змінює морфологічне значення лексеми ("рідкобородько"), створивши іменник-прикладку "рідкобородько Цезарь"; до того ж, іменникова форма на -ко є специфічно-маркованою у цільовій мові та часто слугує для утворення неологізмів, що виражають іронічне ставлення до суб'єкта: безголоваченко, лиходійко, похмурченко та ін.

г) уподібнення лексико-семантичної будови:

Юрій Клен також вдається в розглянутому вгорі випадку до неологізації, але при цьому зберігає як лексико-семантичну будову оригінального неологізму, так і його морфологічне значення:

А може, Фульвія гнівиться, може, скудобородий Цезар шле тобі Веління грізне [Антоній і Клеопатра, 1960, пер. Ю. Клена, Акт 1, с. 20].

З іншого боку, лексема-неологізм "скудобородий" має дещо огрублену стилістичну форму та виражає тільки зневагу, на відміну від перекладацького неологізму П. Куліша "рідкобородько", який відтворює іронічність специфічно маркованою іменниковою формою на "-ко".

2) не-неологізму – неологізмом:

а) словотвірне уподібнення:

Розглянемо приклад із трагедії В. Шекспіра "Король Лір":

Your name, fair gentlewoman? [16]

Як звуть вас, гожа вельмипані? [9]

Лексема оригіналу "gentlewoman" вжита з іронією: дочка Ліра Гонеріля намагається видати себе за володарку королівства, наче чоловік. Вона розмовляє з батьком наче господар, тоном чоловіка-господаря. У лексемі "gentlewoman" – поєднання двох коренів лексем "gentleman" та "woman", тобто "вельможна жінка". В. Барка калькує словотвірну модель вихідної мови у тексті перекладу, створивши неологізм "вельмипані", який реалізує словотвірну модель вихідної мови лексичними засобами цільової мови.

Г. Рапоні також наслідує словотвір в італійському перекладі: *"Il vostro nome, bella gentildonna?"* В італійській мові прикметник "gentile" має значення люб'язний, ввічливий, охайний, благородний. Значення англійського прикметника "gentle" та італійського прикметника "gentile" у поєднанні з іменником man/uomo або woman/donna збігаються, оскільки в італійській мові існує відповідник до англійського іменника "gentleman" – "gentiluomo". Тому в італійській мові неологізація за моделлю англійської мови відбувається природніше через спорідненість мов.

М. Рильський переосмислив конотацію лексеми оригіналу, переклавши: *"Як ваше ім'я, прекрасна дамо?"* [10].

П. Куліш актуалізував іронічну конотацію лексеми оригіналу засобами української мови: *"як ви зветесь, вродлива, пишна пані?"* [11]

б) відтворення внутрішньої форми слова + уподібнення граматичного та синтаксичного значення

His breeding, sir, hath been at my charge: I have so often blushed to acknowledge him, that now I am brazed to it [16].

Його виховання було моїм обов'язком. Я, визнаючи його, палів так часто, що вже оббронзувався до безсоромності [9].

Дієслово "braise" у сучасній англійській мові має значення: вкривати міддю, припаювати, прикипати, вкривати оловом, покривати бронзою [18, 19]. Оксфордський етимологічний словник дає наступні етапи семантичного збагачення даної лексеми в період з 1600 до 1700 років – 1. To make hard like brass, harden (затвердіти, як мідь), 2. To harden to impudence (brazen-faced) (збайдужіти до зухвалості): His face is brazed that he cannot blush [20]. Тобто, метафорично, обличчя людини неспроможне червоніти, оскільки і так вже достатньо червоне, як мідь. Вищенаве-

дене значення даної метафори є специфічним у вихідній мові, а отже і сама метафора виявляється лакунарною у цільовій мові.

У словниках знаходимо для образного вираження перекладу "be brazed to smth" лише "з'єднатися з чимось міцно, сплавитися з чимось" [19]. Переклад даного метафоричного виразу ускладнюється також смисловими реляціями у синтаксичній структурі оригінального речення: вираз "be brazed to", з одного боку, стосується "обличчя, що червоніє", а з іншого, синтаксично поєднується із займенником "it" (I am brazed to it), який вказує на іменник "charge", тобто "звик до обов'язку виховувати сина" (his breeding has been at my charge). Отже, у вихідному мовленні дана метафора одночасно актуалізує дві образні ознаки, які впливають з лексичної та синтаксичної будови речення. Разом з тим, ця метафора має загальну для обох мовних концептосфер ознаку, яка обігрується у вихідному мовленні: "покриватися міддю, бронзовіти, набувати кольору міді".

Дієприкметник пасивного стану минулого часу "brazed", що тепер має форму "brazen", окрім прямого значення, також набув і метафоричного значення в англійській мові: безсоромний, нахабний, звиклий різко реагувати на образи (brazen faced). В. Барка актуалізує метафоричність цього виразу через конвергенцію граматичного та лексичного значення англійського дієслова "braise", зберігаючи його образну основу (внутрішню форму) і вживаючи його у незвичній для нього дистрибуції та граматичній формі: "оббронзувався". Перекладач вдається до власне українського словотворення – префіксації – додавши префікс "об" до неологізму "бронзуватись". Таким чином відтворюється значення доконаності оригінальної структури "am brazed" та актуалізується її стилістичне значення: префікс "об-" функціонує у складі дієслів, які означають завершену дію, що призвела до зворотнього, негативного результату: обрости, обсипати, об'їстися, обірватися та ін.

Для того щоб експлікувати образне значення метафори, перекладач додає уточнюючий іменник "безсоромність" (оббронзувався до безсоромности), таким чином актуалізує сему

"shameless" у лексемі "braise" та доносить когнітивний контекст до цільового читача.

Переклад Пантелеймона Куліша теж відтворює метафоричний образ тексту оригіналу, експлікуючи його за допомогою перифрази:

Його виховання, добродію, / було моїм ділом. Я так часто червонів, / признаючись до нього, що тепер зробивсь мідяним [11].

У перекладі П. Куліша відтворюється внутрішня форма лексеми "braise" (зробитися мідяним, стати мідяного кольору). Перекладач переносить у текст перекладу значення вказаної лексеми, чим збагачує образну семантику лексеми прикметника "мідяний" в українській мові. Переклад П. Куліша зберігає художній образ оригіналу, не затьмарюючи його смислового змісту. Академічний тлумачний словник української мови не реєструє серед значень прикметника "мідяний", значення "безсоромний". Переклад Куліша створює опозицію метафоричних значень виразів "червоніти" та "зробитися мідяним": "червоніти" – соромитися, а "зробитися мідяним" – стати безсоромним, не боятися критики, не звертати уваги на критику. Дана контекстуальна опозиція робить семантичну кальку прозорою, не призводить до втрати жодного із значень виразу оригіналу, а, навпаки, збагачує семантичне коло українського прикметника "мідяний". У той час як у перекладі В. Барки художній образ оригіналу есплікується за допомогою додаткової уточнюючої лексеми, переклад П. Куліша уточнює це значення завдяки прозорому контексту: – "Я так часто червонів, що тепер зробився мідяним".

На відміну від В. Барки та П. Куліша, М. Рильський адаптує семантику метафоричного виразу у перекладі, використовуючи функціональний відповідник української мови: "тепер уже звик до того" [10], так само Б. Пастернак у російському перекладі – "что постепенно перестал смущаться".

Т. Щепкіна-Куперник частково відтворює художній образ лексеми "braise" у перекладі російською мовою, використовуючи функціональний відповідник: "Мне так часто приходилось краснеть, говоря об этом, что теперь я уже закалился" [12].

А. Флорі вільно інтерпретує образне навантаження метафоричного виразу оригіналу у перекладі російською мовою: "Даю вам это показание, не оправдываясь, потому что уже привык показывать на себя без слов оправдания" [13], створюючи вторинну словогру (показание – показывать; оправдываясь – оправдание), до якої знаходить алітераційний відповідник ключових лексем оригіналу: *breeding, blushed, brazed*. У перекладі О. Со-роки теж простежується пріоритет створення ефекту словогри над образно-семантичною точністю: "Я столько раз краснел, признавая свою замешанность, что теперь уж говорю без замешательства" [14].

Італійський перекладач Г. Рапоні використовує образ "бронзового обличчя" у перекладі. В англійській мові існує метафора "brazen faced", що семантично та функціонально відповідає італійській метафорі "faccia di bronzo" та має метафоричне значення "безсоромності": "che ormai ci ho fatto la faccia di bronzo". Англійська та італійська мови є спорідненими, тому інтерферентні процеси між цими мовами відбуваються жвавіше та природніше, ніж між українською та англійською мовами.

Отже, неологізація у перекладі є засобом збагачення цільового мовлення, при цьому перекладацькі новоутворення експлікуються у когнітивному контексті мовлення перекладу і поза цим контекстом є некогерентними для цільової мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. / И. В. Арнольд. – СПб : СПбГУ, 1999. – 302 с.
2. Гак В. Г. Семантическая экономия и избыточность как средство преодоления интерференции при переводе / В. Г. Гак // UWB. – Leipzig: UWBL, 1989. – С. 73–80.
3. Елисеєва В. В. Лексикология английского языка / В. Елисеєва. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 80 с.
4. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія / Роксоляна Петрівна Зорівчак. – Львів: Вища школа, 1983. – 175 с.
5. Іванченко А. В. Дискурсотворчі фактори у перекладі художньої прози (на матеріалі українських перекладів романів Стівена Кінга) / Анна Вікторівна Іванченко. – дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16. – Київ, 2010. – 183 с.

6. Розенцвейг В. Ю. Языковые контакты / В. Ю. Розенцвейг. – Л. : Наука, 1972. – 77 с.
7. Семчинський С. В. Загальне мовознавство / С. В. Семчинський. – К. : Око, 1996.
8. Хвильовий М. Памфлети / Микола Хвильовий. – 15.10.2010. – Режим доступу: <http://www.ukrlib.com.ua/books/printzip.php?id=43&bookid=4> 16 с.
9. Шекспір В. Король Лір / Вільям Шекспір [переклад В. Барки]. – Нью-Йорк: На Горі, 1969 – 360 с.
10. Шекспір В. Король Лір [переклад М. Рильського] – 15.11.2010. – Режим доступу: http://ae-lib.org.ua/texts/shakespeare__king_lear__ua.htm
11. Шекспір У. Король Лір (переклад П. Куліша) / Уїлліам Шекспір. – Wien – Львів: Українсько-Руська видавнича спілка, 1902. – 154 с.
12. Шекспир У. Король Лир (перевод Т. Щелкиной-Куперник) / Уильям Шекспир. – СПб.: Лениздат, 1993. – 118 с.
13. Шекспир У. Король Лир (перевод А. Флори) / Уильям Шекспир. – М. : Худ. лит, 2007. – 99 с.
14. Шекспир У. Король Лир (перевод О. Сороки) / Уильям Шекспир. – М. : Известия, 1990. – 114 с.
15. Mykola Khvylovy. The cultural Renaissance in Ukraine / edited by M. : Shkandrij. – Edmonton: University of Alberta, 1986. – 367p.
16. W. Shakespeare King Lear. Entire play – 15.11.2010. – Режим доступу: <http://shakespeare.mit.edu/lear/full.html>
17. Winner Car Sales Process / Winner Automotive (En. and Ukr. tr). – [електронний ресурс]. – 04.04.2012. – режим доступу: adp.com/winner/128643doc.docx/download.htm
18. Dictionary of translation Studies edited by Mark Shuttleworth and Moira Cowie / Mark Shuttleworth, Moira Cowie. – London : St. Jerome Publishing, 2005. – 233 p.
19. Longman Dictionary of Contemporary English. – Edinburgh : Longman, 2003. – 1948 p.
20. L.K.B. Henderson A Dictionary of English idioms / L.K.B. Henderson. – London : J. Blackwood, 1947. – 560 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

С. В. Скрыльник, канд. филол. наук, ассист.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Механизмы неологизации в художественном переводе

В статье проанализированы основные механизмы и пути неологизации в художественном переводе, определены ключевые причины и результаты неологизации в речи перевода. Автор исследует прагматический аспект расширения семантического поля целевого текста с помощью заимствований в целевом тексте оригинальных лексико-семантических и лексико-синтаксических конструкций.

Ключевые слова: неологизация, конвергенция, метафоризация, ассоциативный ряд, семантический тезаурус.

S. Skrylnyk, Cand. Phil. Sci., Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Neologizations in Literary Translation

The essay studies the main ways and routes of neologizing in literary translation. The author singles out the core reasons of neologization of a target speech alongside with its pragmatic implications. The author substantiates the premise that the target text enriches its lexical and pragmatic fabric due to loan translation and copying lexical-semantic and lexical-syntactic structures.

Keywords: neologizations, convergence, metaphorization, associative range, semantic fabric.

УДК 811.161.2: 81'27

А. Б. Слюсарчик, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕТАФОРА В УКРАЇНОМОВНИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ

У статті на матеріалі україномовних європейських інтернет-ресурсів BBC Україна та радіо "Свобода" розглядається метафора та її функціональне навантаження у медійному тексті. Аналізується природа метафоричного перенесення та її особливості у контексті ЗМІ як засобу впливу на масову аудиторію. Також у статті окреслено характерні відмінності у подачі матеріалу залежно від мовної політики медіа ресурсу.

Ключові слова: медіатекст, метафора, інтернет-ресурс, функція, вплив.

Об'єктом нашого дослідження є метафора, її структура та функціональне навантаження в інформаційних текстах. Джерельною базою обрано такі україномовні європейські інтернет-видання, як BBC Україна та радіо "Свобода".

Метою дослідження було з'ясувати активність метафор різних типів та визначити їхні функції в україномовних текстах європейських медіаресурсів.

Н.Д. Арутюнова тлумачить метафору як ключ до розуміння процесів мислення, пізнання та осмислення об'єктивної дійсності, а зростання теоретичного інтересу до метафори пояснюється її стрімким поширенням в текстах різних функціональних стилів та жанрів [4]. Сучасні дослідження засвідчують, що метафора задіяна на

всіх етапах пізнавально-мовленнєвої діяльності людини, спрямована на її структурування та забезпечення мовними ресурсами.

Метафора у сфері масмедіа є засобом увиразнення певної концептуальної системи, авторської свідомості та інтенцій. Беручи до уваги факт тиражування такої системи, можна говорити про її вплив на світосприйняття масової аудиторії. С.І. Сметаніна пропонує розглядати метафору в ЗМІ скоріше як *спосіб мислення та сприйняття світу*, а не лише як засіб зображення. За характером, смисловою та соціальною спрямованістю метафори можна пізнати менталітет самого соціуму. За семантикою метафор можна вивчати політичну і соціальну історію країни, за їх поширеністю скласти певне враження про ситуацію, в якій вона була створена [3].

Отже, у медійних текстах метафоричні конструкції допомагають створити живу картину світу, а також роблять медіатекст більш насиченим, динамічним, а, отже, і цікавим. У науковій практиці метафору відносять до явищ, що постійно змінюються та розвиваються. Вона має властивість відображати особливості міфологічної свідомості певного суспільства та одночасно давати влучну характеристику конкретного історичного періоду. Метафора репрезентує різні фрагменти загальної картини світу, стан суспільства, а також процеси, що в ньому відбуваються.

За визначенням І.М. Тупіциною і О.Ю. Скороходової, з погляду стратегії побудови тексту, метафора є універсальним засобом впливу на адресата [5]. Крім **інформативної**, метафора виконує ще й **прагматичну** функцію: впливає на погляди та переконання, викликає певні реакції на емоційному рівні у того, хто сприймає інформацію.

Беручи до уваги саме прагматичний аспект, нам було цікаво дослідити те, як метафоричні перенесення вводяться в медіатекст, та простежити їх функціональне навантаження у контексті впливу, додаткової експресії та виразності.

Номінативна метафора, за Н.Д. Арутюновою [4], функціонує у сфері називання предметів дійсності: "...країна брехунів...", "...всеукраїнський ленінопад...", "...цінова катастрофа...", "...імперська пуповина...", "...агресія Путіна...", "...луганський престол...", "атаман казачої національної гвардії...", "...ретранслятор брехні..." (про ЗМІ) ["Свобода"].

Концептуальна функція, за О.О. Опаріною [2], полягає у здатності формувати нові концепти, виходячи із уже сформованих та доступних понять: *"...Ідеолог відродження козацтва навіть втратив контроль над власною "ставкою" – містом Антрацит!", "...чи годиться Україні грузинський шлях...", "...Росія занурюється в нову Холодну війну...", "...прибульці з бандерівського міста..."* ["Свобода"]; *"... "Блакитні каски" працювали скрізь: в Європі, в Азії, в Америці і в Африці..."* ["BBC"].

Моделююча функція за Дж. Локаффом, М. Джонсоном [цит. за: 4] реалізується, коли метафора розглядається як важливий засіб репрезентації та осмислення дійсності, формування картини світу: *"...гарант збереження "ЛНР" як "сірої зони", "...єдина країна, якій може загрозовувати "кримський плацдарм" – це Україна", "...людський капітал...", "...російська інформаційна армія не сильно відрізняється від радянської...", "...пам'ятник Шептицькому у Львові: гібридна війна на теренах Галичини...", "...Російські слідчі органи продовжують ліпити з українців терористів..."* ["Свобода"]; *"... Фірташ і є однією з таких можливостей, оскільки він знає багато цікавого – і про "Газпром", і про внутрішні відносини у (російській) верхівці...", "...за словами політолога, олігархи опинилися "між молотом Америки і ковадлом Росії", а арешт одного з них став "ударом по всьому олігархічному класу", який може знаменувати "завершення епохи олігархічного розвитку України..."* ["BBC"].

Гносеологічна функція зазвичай реалізується за допомогою когнітивної метафори, що формує сферу вторинних предикатів, означень і дієслів: *"...півострів відчайдушно вірить...", "...горе обвивало країну – від Калінінграда до Владивостока...", "...чого хотів Крим..."* ["Свобода"]; *"...у цей гострий момент Штати не хочуть і не можуть взяти участь у ситуації по-військовому..."* ["BBC"].

Пізнавальна (евристична) функція дозволяє осмислити новий об'єкт дослідження, спираючись на знання про інші, вже відомі типи об'єктів: *"...не все так просто з грузинськими реформами...", "...цар в Москві хороший, а місцеві бояри в Криму – по-*

гані...", "Крим – це спроба Кремля бути схожим поведінкою на Радянський Союз ...", "...Путін, якщо вірити кремлівській пропаганді, найкращий із вождів, що увібрав у себе мудрість Леніна, "міцну руку" Сталіна, веселість Хрущова і добродушність Брежнєва...", "...захист півострова від злісних бандерівців..." ["Свобода"]; "... "Грузинська мрія" – демократична Грузія...", "...Річниця "Революції троянд" у Грузії: тихий ювілей..." ["ВВС"].

Аргументативна функція передбачає переконання аудиторії в слушності тих чи інших поглядів: "...сумнівна стратегія Кремля...", "...щоб нейтралізувати грошовий аргумент..." ["Свобода"]; "...Арешт Фірташа: сигнал Кремлю та привід замислитись олігархам..." ["ВВС"].

Активаційна функція метафори передбачає її аналіз як засобу яскравої образності, що сприяє активації сприйняття адресата: "...кінець *козачої вольниці*...", "...данина шани українців своєму *духовному батьку*..."(про Андрія Шептицького), "...образ *вічного пам'ятника з витягнутою в світле майбутнє рукою*..." ["Свобода"]; "...те, що може розповісти ФБР *український арештант*, є для Володимира Путіна важливішим, ніж ситуація в Криму та українська криза..." ["ВВС"].

Образно-естетична функція передбачає використання метафоричного перенесення з метою надання мовленню більшої експресії: "...І це вже *"друга ластівка"*, що сповіщає...", "...вітрила нових цивілізацій...", "...реставрація минулого...", "...кримська авантюра...", "...півострів невдачі...", "...перше дефіле російських військових вулицями кримських міст розставило крапки над І." ["Свобода"]; "...Політолог Олексій Гарань бачить у арешті пана Фірташа *"привіт"* Вашингтона російським олігархам..." ["ВВС"].

Інформативна функція метафори забезпечує відображення особливостей свідомості певного мовного соціуму, реалій дійсності: "...російський сон *Ужгородського національного університету*...", "...повзуча економіка", "...розтерзана країна...", "...самовбивча війна компроматів...", вже класична "...тіньова економіка..." ["Свобода"].

Підсумовуючи, хочемо відзначити, що метафоричні перенесення є надзвичайно поширеними у сучасних медіатекстах. Метафора у ЗМІ найчастіше виконує пізнавальну, гносеологічну, моделюючу, аргументативну, прагматичну, оцінну та інформативну функції. Метафоричне перенесення забезпечує актуалізацію фонових знань реципієнта, творить образність повідомлення, дозволяє осмислити новий об'єкт дослідження за допомогою аналогій.

Проаналізувавши мовне забезпечення україномовних європейських інтернет-ресурсів BBC Україна та радіо "Свобода", хочемо відзначити, що їх відрізняє певна стриманість у подачі матеріалу, адже головною їх функцією є все ж інформативна, і лише подеколи, у матеріалах радіо "Свобода", зустрічаються аналітичні повідомлення, що увиразнюються метафорами в образно-естетичній та активаційній функції. Так, наприклад, автори медіатекстів сайту BBC Україна використовують метафори у їх моделюючій та концептуальній функції, тобто спираються на певні загальновідомі події, факти, використовуючи конкретні імена, прізвища, географічні назви, що, безумовно, робить метафору більш зрозумілою та доступною для сприйняття. Журналісти радіо "Свобода" вдаються до експресивних, образних, завуальованих метафор, які використовують переважно в образно-естетичній, активаційній та номінативній функціях. Безперечно, така різниця зумовлена традиціями, які лежать в основі манери подачі інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ // Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта, 2008. — 263 с.
2. *Опарина Е. О.* Концептуальная метафора и ее функции в языке. Автореф. дис. канд. филолог. наук. – М., 1990. – 24 с.
3. *Сметанина С. И.* Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) // С. И. Сметанина – Спб. : Издательство Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
4. *Теория метафоры* : Сборник: Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. // Вступ и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
5. *Тупицына И. Н., Скороходова Е. Ю.* Природа метафоры и ее использование в современной российской прессе // И. Н. Тупицына, Е. Ю. Скороходова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 22 (160) : Филология. Искусствоведение. – Вып. 33. – С. 108–114.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ Й УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

1. "BBC" (BBC Україна) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bbc.co.uk/ukrainian>.
2. "Свобода" (Радіо "Свобода") – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/>.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. Б. Слюсарчик, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Метафора в україномовних європейських інтернет-ресурсах

В статті на матеріалі україномовних європейських інтернет-ресурсів BBC Україна і радіо "Свобода" розглядається метафора і її функціональна навантаження в медійному тексті. Аналізується природа метафорического переносу і його особливості в контексті СМІ як засоба впливу на масову аудиторію. Також в статті позначені характерні відміння в подачі матеріалу в залежності від мовної політики медіа-ресурса.

Ключеві слова: медіатекст, метафора, інтернет-ресурс, функція, вплив.

A. Sliusarchyk, Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Metaphor in the Ukrainian language Internet-resources

The article deals with the metaphor and its functions within media-text using materials of the Ukrainian language Internet-resources BBC Ukraine and radio "Svoboda". The nature of a metaphor and its features in the context of Mass Media as a means of influence upon the masses are described in the article. Specific differences in introducing the material depending on the policy of the media resource are also shown.

Keywords: media-text, metaphor, Internet-resource, function, influence.

УДК 81'23: 159.964.225

А. И. Смолянская, асп.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ТЕРАПЕВТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ВИДЫ

Статья посвящена исследованию представленных в интернет-пространстве терапевтических текстов, размещенных в социальных сетях, блогах, на сайтах и форумах. Основными особенностями терапевтичес-

ких текстов, размещенных в интернете, являются поликодовость и гипертекстуальность. Значительно реже используется метафора. На основании наличия у того или иного текста вербальной, визуальной и/или аудиальной составляющих предпринята попытка создания классификации текстов. В качестве наиболее характерных для интернет-пространства видов терапевтических текстов названы вербальные, вербально-визуальные и вербально-визуально-аудиальные.

Ключевые слова: терапевтический текст, терапевтическая метафора, интернет-коммуникация, поликодовость, гиперпространство.

Интернет, являясь источником информации, средством общения и способом развлечения, становится второй реальностью для миллионов пользователей. Интернет является средством массовой коммуникации, однако обладает рядом особенностей, отличающих его от прочих массмедиа. Так, Е. Груздкова отмечает следующие специфические признаки, отличающие интернет от традиционных СМИ [Груздкова]:

1. Мультимедиа. Интернет позволяет использовать в коммуникативных целях не только печатный текст, но и изображения, звук, видео;

2. Персонализация. Интернет способен предоставить необходимую информацию согласно предпочтениям пользователей;

3. Интерактивность. Интернет предполагает взаимодействие и двусторонний обмен информацией;

4. Отсутствие посредников. Интернет дает возможность прямой связи коммуникаторов.

Еще одной особенностью интернета является гипертекстуальность [Шилина, Базарова и др.]. Под гипертекстуальностью подразумевается возможность расширения самой информации и ее содержания посредством внешних и внутренних гиперссылок, встроенных в сам текст.

Интернет обладает рядом преимуществ перед традиционными СМИ. Однако лабиринтообразное пространство сети интернет таит в себе и некоторую опасность. Информационные потоки, проходящие через сознание и подсознание пользователя сети, оставляют свой след, и влияние, которое они оказывают, зачастую оказывается вредоносным. Пространство интернета – гиперпространство, а его реальность – гиперреальность. Интер-

нет, обладая возможностью использовать ссылки, позволяет совершать путешествия сквозь пространство и время, переходить от одного информационного блока к другому. Однако, будучи гиперреальностью, интернет нередко "обманывает" сознание, мешая ему отличить реальность от вымысла, от иллюзорной фантасмагорической квазиреальности.

Погруженное в такую среду сознание становится восприимчивым, легко подвергается негативному воздействию. Источниками вредоносных влияний в интернете могут стать новостные ленты, блоги различной тематики, форумы, сообщения-медиавирусы, онлайн-игры и т. д. [Компанцева]. Интернет предоставляет пользователю возможность выбора: какой сайт посетить, что прочесть, прослушать, посмотреть, однако пользователь остается беззащитным перед случайными сообщениями патогенного характера.

Но и в гиперреальности интернет-пространства есть противостоящие патогенным текстам тексты терапевтические. Их распространяют сами пользователи, поэтому найти терапевтический текст в интернете можно как в чьем-то личном закрытом от непрошенных гостей блоге, так и на предназначенном для коммуникации многих пользователей форуме, в социальных сетях, специальных группах по интересам и т.д.

Терапевтические тексты оказывают положительное влияние на психоэмоциональное состояние человека. Основным средством, служащим для создания терапевтических текстов, является терапевтическая метафора. Как отмечает Н.В. Слухай, "терапевтическая метафора – термин условный. Это модель аналогового знания, используемая в терапевтических целях" [Слухай, 69]. Д. Гордон [Гордон] выделяет три типа терапевтических метафор: формальные, эффективные и естественные.

Формальные метафоры – это "модели аналогового знания, устоявшиеся в социуме в форме волшебных сказок, стихов, притч, пословиц, поговорок, анекдотов, крылатых выражений и т.д." [Слухай, 73]. То есть формальной метафорой может стать все то, что мы зовем "народной мудростью". Также в качестве формальной метафоры могут выступать цитаты – как из произведений писателей, поэтов, философов, так и из устной речи выдающихся

ся личностей. Используя формальную метафору, человек припоминает подходящую к случаю притчу, сказку, легенду, цитату и т.п. и воспроизводит ее.

Естественные метафоры создаются и реализуются в процессе общения. Так, желая помочь кому-либо разобраться в сложившейся жизненной ситуации, человек может рассказать историю из своей жизни, жизни знакомых, либо из жизни персонажей книги или фильма, либо придумать свою историю, подходящую к случаю. Главное – данная история должна быть изоморфна, аналогична той ситуации, в которой оказался слушающий.

Эффективные же метафоры конструируются в первую очередь специалистами. При их создании используются приемы, позволяющие наиболее полно провести аналогию между ситуацией суггеренда и ситуацией, представленной терапевтической метафорой, и таким образом заложить в сознание и подсознание суггеренда целебную, позитивную, скрытую метафорой информацию. Психотерапевт, работая с клиентом, подбирает такой способ воздействия и создает такую историю, которая была бы изоморфна ситуации клиента, и в таком случае метафора работает наиболее эффективно.

Если говорить об интернете, то наиболее частотный тип метафор – это формальные метафоры. Даже беглый просмотр блогов и социальных сетей позволяет увидеть, насколько часто пользователи размещают на своих страницах или копируют с чужих страниц притчи, сказки, известные и малоизвестные цитаты из произведений классиков и т.п. В этом нет ничего удивительного. Терапевтическая метафора наиболее действенна в том случае, когда ситуация, данной метафорой описанная, изоморфна жизненной ситуации конкретного человека. Однако особенность терапевтических текстов, публикуемых в интернете, состоит в том, что они не рассчитаны на определенного индивида, однако зачастую несут в себе опыт и знания поколений, являются универсальными для человечества в целом.

Формальные метафоры, в отличие от эффективных и естественных метафор, в большинстве случаев претендуют на универсальность, т.е. несут в себе позитивную информацию не только для

конкретного индивида, переживающего конкретную ситуацию, но для всего человечества. Потенциально они могут оказать положительное влияние на практически любого человека. У пользователей интернета есть возможность сделать выбор: что читать, слушать, смотреть, а что – нет, на новости и обновления каких групп и блогов подписываться, а каких – нет. Однако трудно предугадать, какой человек и в каком состоянии будет читать выложенную в интернет историю. Потому чем более универсальна метафора, тем тем больше пользователей сети подпадут под ее влияние.

Также в интернет-пространстве функционирует метафора естественная. Она реализуется в общении пользователей друг с другом, когда один старается поддержать или приободрить другого, помочь принять трудное решение, вспоминая случай из собственного опыта, опыта друзей, знакомых, вычитанный в книге и т.д.

Эффективная терапевтическая метафора в интернет-пространстве функционирует в крайне ограниченном виде, так как опытные психотерапевты предпочитают работать с пациентами во время личных встреч, не опосредованных экраном компьютера.

Сами по себе терапевтические тексты могут включать элементы различных семиотических систем. Интернет благодаря таким своим свойствам, как мультимедиаальность, интерактивность и гипертекстуальность, позволяет совмещать в одном сообщении, содержащем терапевтический текст, вербальную, визуальную и аудиальную составляющие. Таким образом терапевтический текст становится поликодовым.

Поликодовый текст, как отмечает В.Е. Чернявская, представляет собой "вербально-визуальное единство", предполагает "взаимодействие различных кодов, если понимать под кодом систему условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения (запоминания) информации в наиболее приспособленном для этого виде" [Чернявская, 90]. С другой стороны, "термин "поликодовый текст" обращает внимание на текстуальный характер обозначенного явления, его содержательно-смысловую целостность" [там же]. То есть данный термин, по мнению исследовательницы, является релевантным для обозначения содержательно-формального единства, состоящего из нескольких семиотических кодов.

В.Е. Чернявская также говорит об эстетизации современной коммуникации. Эстетизация проявляется прежде всего в "усиленной визуализации коммуникативного сообщения" [Чернявская, 90]. Пользователь, оформляя свое сообщение, имеет возможность выбрать тип шрифта, размер шрифта, фон, на котором будет отображаться сообщение, прикрепить изображение. Выбранные им параметры будут помимо эстетической функции исполнять роль "маяка", т.е. то или иное оформление сообщения будет потенциально привлекательным либо отталкивающим для определенных индивидов.

Каким же образом поликодовость содействует метафоре, повышая ее эффективность? Многие исследователи [К.Ф. Седов, Н.П. Бехтерева] говорят о так называемой латерализации функций головного мозга. Под латерализацией понимается "разделение функций правого и левого полушарий" головного мозга [Седов, 133]. Следует отметить, что терапевтическая метафора оказывает влияние на человека, апеллируя не только к левому (логическому, аналитическому, текстовому) полушарию, но и к правому (несловесному, образному). Именно правое полушарие обеспечивает "считывание" метафорических посланий, восприятие живописи и музыки и т.д. Иными словами, терапевтическая метафора ценна тем, что воздействует на человека ненавязчиво и незаметно для него самого и благодаря отсутствию открытого дидактизма не вызывает отторжения, так как, пока левое полушарие считывает словесную информацию, правое обрабатывает образный, несловесный уровень метафорического послания.

Если взглянуть на сообщения, публикуемые в интернете, можно увидеть, что зачастую они содержат не только тем или иным образом оформленный текст, но и изображения, анимацию, музыку, видео, т.е. являются поликодовыми, и содержание этих сообщений считывается обоими полушариями. Таким образом суггестивный потенциал подобных сообщений становится более высоким.

Использование терапевтических текстов эффективно не только в психотерапии, но и в повседневной жизни. Терапевтические тексты, публикуемые в интернете, зачастую апеллируют к темам, которые являются наиболее значимыми для той или иной культуры или для человечества в целом. Это темы: дружбы, любви, се-

мейных ценностей, взаимопомощи и того, что можно было бы назвать бытовым волшебством. Такие темы "цепляют" внимание пользователей, вызывают в сознании знакомые с детства образы, помогают перебороть одиночество, страх, сомнения, неуверенность в себе, т.е. улучшить психоэмоциональное состояние.

В интернете встречаются терапевтические тексты следующих видов:

1. Вербальные;
2. Визуальные;
3. Аудиальные;
4. Вербально-визуальные;
5. Вербально-аудиальные;
6. Визуально-аудиальные;
7. Вербально-визуально-аудиальные.

Вербальные терапевтические тексты могут быть представлены в виде текстовых сообщений либо изображений с нанесенным на них текстом (чаще всего на однотонном фоне, без добавления к тексту картинок). Примером текста такого типа является "Сказка о лунном лучике", разошедшаяся по многим сайтам, социальным сетям и блогам. Размер текстовых сообщений может варьироваться и занимать от нескольких строк до нескольких страниц, на изображениях же как правило публикуются короткие цитаты, крылатые выражения и т.д.



Если ты способен видеть прекрасное, то только потому, что носишь прекрасное внутри себя. Ибо мир подобен зеркалу, в котором каждый видит собственное отражение.



Нет величия там, где нет простоты, добра и правды. © Л. Толстой

Визуальные терапевтические тексты представлены в виде широко известных картин, значимых для данной культуры, фотографий, картинок. Это могут быть в том числе кадры из фильмов, мультфильмов, иллюстрации к книгам и т.п., а также изображения, несущие в себе позитивную смысловую нагрузку.



Аудиальные терапевтические тексты, соответственно, представлены в виде публикуемых на тех или иных ресурсах мелодий, звуков (пение птиц, шум воды, детский смех) и т.д.

Вербально-визуальные терапевтические тексты могут быть представлены в виде текста, сопровождаемого подобранными (не обязательно однородными) иллюстрациями, либо в виде картинок с нанесенным на них текстом. К этому же типу текстов относятся комиксы (как классические, так и многие флеш-комиксы) и так называемые мотиваторы. В качестве примера флеш-комикса можем привести "1000 слов" ("1000 words") авторства Wenqing Yan, известной в интернете под псевдонимом Yuumei: [<http://yuumei.deviantart.com/art/1000-WORDS-126831037>]. Примеры мотиваторов и картинок, совмещенных с текстом, приведены ниже.



волшебство

Это сладкое, ни с чем не сравнимое чувство,
когда открываешь... доселе неведомое!..



Пример поста в группе "Волшебство" социальной сети ВКонтакте: текст, сопровождаемый картинкой.



Мотиваторы

Вербально-аудиальные терапевтические тексты – это в первую очередь песни (народные, авторские, колыбельные и др.), а также тексты, чтение которых рекомендуется сопровождать предложенной автором сообщения музыкой.

Визуально-аудиальные терапевтические тексты представлены в виде слайд-шоу или видео, сопровождаемых музыкой.

Вербально-визуально-аудиальные терапевтические тексты являются комплексным явлением, восприятие которых сопряжено с использованием разных каналов передачи информации. Они могут быть представлены в виде слайд-шоу, сопровождаемого цитатами и музыкой, видео, флеш-комиксов и т.п.

Наиболее часто встречаемые в интернет-пространстве типы терапевтических текстов – вербальные, вербально-визуальные и вербально-визуально-аудиальные. Изображения, являющиеся частью терапевтических текстов, обычно служат не только своеобразной иллюстрацией и средством воздействия, апеллирующим к правому полушарию, но и средством, помогающим привлечь внимание читателя. Именно поэтому текстовые сообщения зачастую сопровождаются изображениями.

Публикуемые в интернете терапевтические тексты, в каком бы виде они ни были представлены, незаметно для большинства пользователей выполняют свое прямое назначение: сглаживают негативные воздействия интернет-реальности, а также улучшают общее состояние человека. С развитием технологий и расширением технических возможностей оформления терапевтиче-

ские тексты становятся все более разнообразными, сочетая в себе различные коды и знаковые системы. Данное явление актуально для исследования и требует дальнейшего изучения.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Базарова А. А.* Гипертекстуальность как базовая характеристика интернет-СМИ / А. А. Базарова // Актуальные вопросы филологических наук: материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, ноябрь 2011 г.). – Чита : Изд-во "Молодой ученый", 2011. – С. 151–152.
2. *Бехтерева Н. П.* Магия мозга и лабиринты жизни / Н. П. Бехтерева. – М. : АСТ; СПб: Сова, 2007. – 383 с.
3. *Гордон Д.* Терапевтические метафоры [Электронный ресурс] / Д. Гордон. – М., 1995. Режим доступа: <http://www.lib.ru/NLP/gordon.txt>
4. *Груздкова Е.* Интернет как средство глобальной массовой коммуникации / Е. Груздкова. // Экономика и управление: Проблемы, решения. – М. : Издательский дом "Научная библиотека", 2015. – № 1. – С. 193–200.
5. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 328 с.
6. *Компанцева Л. Ф.* Принципи сугестивної лінгвістики в інтернетній комунікації / Л. Ф. Компанцева. // Філологічні науки, 2013. – Книга 3.
7. *Седов К. Ф.* Нейропсихолінгвістика / К. Ф. Седов. – М., 2007. – 224 с.
8. *Слухай Н. В.* Суггестия и коммуникация: лингвистическое программирование поведения человека: учебно-методическое пособие / Н. В. Слухай. – К. : Киевский университет, 2012. – 319 с.
9. *Чернявская В. Е.* Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учебное пособие / В. Е. Чернявская. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 248 с.
10. *Шилина М. Г.* Коммуникация в Интернете: Методологические основания исследования / М. Г. Шилина // Известия Юго-Западного государственного университета. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2014. – №4 (55). – С. 127–130.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. І. Смолянська, асп.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

Терапевтичний текст в інтернет-просторі: особливості функціонування та види

Стаття присвячена дослідженню представлених в інтернет-просторі терапевтичних текстів, які розміщені в соціальних мережах, блогах, на сайтах та форумах. Основними особливостями функціонування терапевтичних текстів, розміщених в інтернеті, є полікодовість та гіпертекстуальність.

На підставі наявності у того чи іншого тексту вербальної, візуальної та/або аудіальної складових зроблена спроба створення класифікації текстів. Виявлено, що найбільш характерними для інтернет-простору видів терапевтичних текстів є вербальні, вербально-візуальні та вербально-візуально-аудіальні.

Ключові слова: терапевтичний текст, терапевтична метафора, інтернет-комунікація, полікодовість, гіперпростір.

A. Smolyanskaya, Stud.

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Therapeutic text in Internet-space: types and functioning features

This article is devoted to the research of therapeutic texts in the Internet, namely in social networks, blogs, sites and forums. Main features of these therapeutic texts are connected with polycoding and hypertext. An attempt has been made to classify these texts taking into account verbal, visual and/or audial components. Verbal, verbal-visual and verbal-visual-audial texts are analyzed as the most typical of Internet therapeutic texts.

Keywords: therapeutic text, therapeutic metaphor, Internet-communication, polycoding, hyperspace.

УДК 81'23: 159.964.225

І. В. Смушинська, д-р філол. наук, проф.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЗАПОЗИЧЕННЯ З КЛАСИЧНИХ МОВ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Статтю присвячено процесу запозичення з класичних мов до французької мови, який триває. Аналізуються специфіка і основні сучасні тенденції. Особливу увагу приділено видам запозичень, їх моделям і процесу асиміляції.

Ключові слова: запозичення, класична мова, латинізм, грецизм, французька мова.

Осмислення основних тенденцій у дослідженні і відтворенні в перекладі лексичного потенціалу романських мов, не може, на нашу думку, відбуватися без **звернення до класичних мов**, давньогрецької і латини, які зробили великий внесок як у розвиток лексичних систем романських мов взагалі, так і їх дериваційних можливостей, термінотворчого потенціалу зокрема.

Класичний фонд, представлений у французькій мові, є одним з найбагатших:

– 3000 слів – запозичено з латини (за даними З. Левіта [L'vite 1963, 67], навіть можна говорити про прошарок латинізмів більший, ніж 5000 слів),

– 500 слів – з давньогрецької,

– у той час коли всі романські мови, взяті разом, дали приблизно 1800 слів (найбільше – італійська, біля 1000 слів, що пов'язано з історичними подіями, Італійськими війнами XVI століття зокрема). Крім того, за даними П. Гіро (на 1971 рік), французька мова запозичила багато з англійської мови – приблизно 700 слів (зрозуміло, що на сьогодні присутність англо-американізмів набагато вища, вже говорять про прошарок, більший ніж 1500 слів), і з німецької – біля 170 слів. Внесок інших мов, як індоєвропейських, так й інших сімей, у збагачення французької мови не такий помітний, хоч, як зауважує Ж. Марузо, загалом запозичено слів більше ніж з 60 мов світу.

Отже, навіть такий невеликий кількісний аналіз свідчить про **значний вплив класичних мов на словник французької мови**. Безумовно, в першу чергу йдеться про **вплив латини**, однак, як свідчить наш аналіз, у багатьох слів, які вважаються запозиченими чи успадкованими від латини, **прослідковується грецька основа**, наприклад:

– *histoire* (XIIIe s.) < lat. 'historia' < gr. 'historia',

– *carotte* (XIVe s.) < lat. 'carota' < gr. 'karφton',

– *hūpatique* (XIIIe–XVe s.) < lat. 'hepaticus', d'origine grecque (P. Robert).

Цей вплив можна пояснити перш за все тими **функціями**, які виконували (і продовжують виконувати) класичні мови, їх роллю у словотворчих процесах молоді романської мови:

– класичний елемент допомагає у **процесах номінації**, утворивши велику кількість загальноновживаних слів, як конкретних, так і абстрактних як-от: *action, autoritū, examen, famille, politique, etc.*,

– класичні елементи стали **основою для творення французької терміносистеми**, утворивши багато термінів, які з часом стали

інтернаціональними, типу: *chlore, contrat, discipline, doctrine, euphorie, sūrum, virus, xūnisme, etc.*,

– крім того, класичні мови надали багато **твірних елементів** – як префіксоїдів, суфіксоїдів, так і коренів – для власної деривації та словоскладання (за даними французької дослідниці С.Керен [Қуйғын 2001], у французькій медичній термінології зареєстровано 249 греко-латинських слів-гибридів типу *gastro-entūrīte*, що з'явився у 1823 році).

Серед найуживаніших і сьогодні **грецьких формантів**, які здебільшого є інтернаціональними, можна назвати перш за все такі:

a-, an- ("absence de, privation, nūgation"): *amoral, asymūtrie, anesthūsie*,

aero- ("air"): *aūronaute, aūrogare, aūrodynamique*,

agro- ("champ"): *agronome, agrochimie, agro-alimentaire*,

amphi- ("autour, doublement"): *amphithūetre, amphibie, amphibologie*,

ana- ("rūpūtition" ou "effet contraire"): *anaphore, anachronisme, anaphylaxie*,

anti- ("contre, opposition"): *antisocial, antirides, anti-amūricanisme, antidroque, anticonstitutionnellement, antiroman, antimatiure*,

apo- ("ūloignement"): *apogūe, apogamie, apophonie*,

archi- ("au plus haut degrū, supūrioritū"): *archifou, archimillionnaire, architecte*,

auto- ("soi-mkme"): *autosuggestion, autocrate, autoportrait*,

cata- ("de haut en bas"): *catastrophe, catatonie, catacombe*,

dūm(o)- ("peuple"): *dūmocratie, dūmocrate, dūmographie*,

hūma-, hūmato-, hūmo- ("sang"): *hūmarthrose, hūmatologie, hūmatome, hūmoglobine*,

hūmi- ("demi", "a moitiū"): *hūmisphure, hūmitropie, hūmicycle*,

mūta- ("aprus"): *mūtaphysique, mūtonymie, mūtaphore, mūtamorphose*,

para- ("voisin de" ou "protection contre"): *paralangage, parapluie, parachute*,

syn-, sym-, syr- ("avec"): *symbiose, synthuse, sympathie, synonyme*,

tūlū- ("de loin, a distance"): *tūlūphone, tūlūpathie, tūlūvision, tūlūcommande, tūlūcommunication, etc.*

І знову ж таки, як зауважується в словникові "Le Petit Larousse", **число грецьких префіксоїдів, а це 240 одиниці, значно перевищує латинські** (51 префіксоїд). Грецькі префіксоїди слугують найчастіше для творення "наукових" слів та термінів. Наприклад, надзвичайна кількість медичних і лінгвістичних термінів була сформована з "грецьким" елементом:

termes mūdicau: *anūmie, anesthūsie, antidote, antiseptique, apathie, asphyxie, arythmie, atonie, cataracte, diabute, diagnostic, dysenterie, ūpidūmie, ūpiderme, ūpilepsie, hypotonie, hypostase, paralysie, para-otite, etc.,*

termes linguistiques: *anacoluthie, anaphore, antithuse, catachruse, dialecte, ūpigramme, ūpithute, euphūmisme, hyperbole, mūtaphore, paralinguistique, paralogisme, pūriphrase, paronyme, synonyme, syntaxe, etc.*

Назвемо також серед найпродуктивніших такі грецькі префіксоїди як **dys-, ūpi-, hyper-, hydro-, hypo-, macro-, mūga-, micro-, miso-, mono-, morpho-, myo-, photo-, poly-, zoo-** і багато інших, завдяки яким було створено багато **гібридних форм**, коли грецький формант приєднався до французької основи; при чому не всі вони мають термінологічний характер: *hypersensible, amoral, archifaux, anti-flamme, (le personnel) paramūdicale, etc.* (те ж саме можна сказати і про латинські форманти, наприклад, **super-**, який утворив численні розмовні форми типу *super-chic, super-sympa, super-chouette*). Однак, як, наприклад, зауважує О. Андрієвська [Andrievska 1958, 55], префікс **dys-** (*dystrophie*) вживається виключно для творення медичних термінів.

Як свідчить аналіз, перше місце по праву належить префіксу **anti-**: словник "Le Petit Robert" 1987 року зафіксував більше 200 слів, належних як до наукової чи технічної, так і політичної сфери: *antibiotique, antiblocage, antibruit, antiatome, antiallergique, anti-amūricanisme, anti-bloc, anticolonialisme, anticonformisme, antienzyme, anti-terroriste, antigrippe, antibactūrien, antimissile, anti-altruiste, anti-agression, anti-mūmoires, etc.* Хоча, за даними проф. Р.А.Б удагова, не зважаючи на широке використання цього префікса в літературі XVIII століття, він був категорично не прийнятий Французькою академією, яка зафіксувала його лише у 4-му виданні свого Словника у 1762 році.

Як вже зазначалося раніше, дослідники, як правило, звертають увагу на дві категорії терміноелементів класичного походження – **ініціальні** та **фінальні** (див., наприклад, дисертаційне дослідження І.Вакулик [Вакулик 2004]. Французький матеріал також показує надзвичайну морфологічну вартість як **грецьких суфіксоїдів**:

- algie** (*le sens de "douleur"*): *nŷvralgie*,
- archie** (*"commandement"*): *hiŷrarchie*,
- cosme** (*"monde"*): *macrocosme*,
- crate, -cratie** (*"pouvoir, force"*): *aristocrate, ploutocratie*,
- doxe** (*"opinion"*): *paradoxe*,
- drome** (*"course"*): *hippodrome*,
- gramme** (*"un ŷcrit"*): *tŷlŷgramme, logogramme*,
- logue** (*"qui ŷtudie, spŷcialiste"*): *astrologue*,
- graphe** (*"qui ŷcrit"*): *dactylographe*,
- manie** (*"passion, obsession"*): *anglomanie, etc.*,

так і **латинських суфіксоїдів** :

- cide** (*"qui tue"*): *infanticide*,
- cole** (*"relatif a la culture"*): *vinicole*,
- fure** (*"qui porte"*): *mammifure*,
- forme** (*"qui a la forme de"*): *filiforme*,
- grade** (*"qui marche"*): *plantigrade*,
- vore** (*"qui se nourrit"*): *carnivore, etc.*

Як вірно стверджує І. Вакулик [2004, 15], фінальні терміноелементи класичного походження у поєднанні з ініціальними терміноелементами класичного походження створюють каркас моделей сучасних термінів. Однак не варто забувати, що і так звані **медіальні** елементи часто слугують основою для термінологічних новотворів, наприклад:

- **critique** (від грец. *Kritikos*, через латину) дало основу для Кантівської доктрини *criticisme*,
- **cristal** (від грец. *Krustallos* "лід", через латину), визнане найгарнішим французьким словом, утворило *cristallerie*,
- назва хвороби **virose** утворена у 1953 році від *virus* та *-ose*,
- **vitamine**, створене у 1912 році Казиміром Функом, і яке вважається запозиченням з англійської, промовисто показує латинську основу *vita* (*"життя"*) тощо.

Складні гібридні форми утворюються не тільки "*симбіозом*" (термін П. Гіро) класичного і французького елемента, але, як свідчить сучасний матеріал, активно продовжується термінотворення через "класичні" моделі: *грецький + грецький, латинський + грецький, латинський + латинський елементи*. Наприклад, *empiriocriticisme* чи *bigame*.

Якщо поєднуються більше ніж два елементи як-от *ūlectro-encyphalogramme*, де фігурує одне латинське слово і два грецькі корені, чи *biotechnologies* (три грецькі корені), чи *gastro-entérologie* (*gastro-* + *entéro-* + *-logie*), французькими дослідниками (G.Ferdinand) був запропонований термін "*mot-pantalon*", однак не можна сказати, що він прижився і є поширеним.

Проблеми аналізу слів з класичними елементами, як нам здається, можуть звестися до трьох основних:

– по-перше, у таких запозичень, як правило, втрачена "внутрішня форма", виникають проблеми її правильної інтерпретації, що посилюється тим, як вже зазначалося раніше, що часто грецький формант запозичувався через латину і сьогодні може розпізнаватися як латинський, наприклад: *mûlomane*, утворене від *mûlo-* (*gr. 'mûlos', "chant"*) та *mania* ("*folie*"), однак сам елемент *mûlo-* визнається і грецьким і латинським (P. Robert),

– по-друге, заважає поява так званих "*псевдолатинізмів*" чи "*псевдогрецизмів*" як, наприклад, *harmonium*, створене у 1840 році майстром органів Дебеном; чи *vulgum pecus* ("*прості смертні*"), що з'явилося у 1890 році; чи *logarithme*, створене шотландцем Непером у 1614 році від *грец. logos* ("*rapport*") та *arithmos* ("*nombre*"), чи *panorama* – англіцизм, створений Баркером у 1787 році від грецьких *pan* ("*tout*") та *orama* ("*vue*"),

– по-третє, існування так званих "*етимологічних дублетів*", що походять від одного латинського слова типу *integrum* → *entier* – *intugre*, чи від акузативу та номінативу того самого слова як-от: *homo* → *on*, *hominem* → *homme*, що, як результат, призводить до появи синонімії, омонімії, конверсії, зміни семантики і стилістичного регістру.

Нарешті, **визначення часу входження** запозиченої лексеми теж може створювати певні проблеми для точного аналізу. Як відомо, для французької мови, яка, як вважається, народилася

у IX столітті, все, що взято з народної латини, є "джерелом", а все, що з'явилося після IX століття, є запозиченням, однак словники, як правило, фіксують дату письмового джерела, де це слово вперше зустрілося, і що не сприяє чіткому розмежуванню усної/письмової форм. Щодо грецьких слів, то тут йдеться, як правило, про **письмовий шлях запозичення**, у більшості через посередництво латини, що теж не завжди дозволяє встановити більш точну дату. Так, як вже зазначалося, у багатьох слів як-от *académie, emblème, école, alphabet, église, cathédra, fanatique, lynx, sophisme* прослідковується грецька основа.

Історично цікавим фактом є те, що греки з'явилися біля узбережжя Галлії у VI столітті до н.е., заснувавши багато колоній, таких як *Марсель, Ніцца, Монако*, однак, як зауважує В. фон Вартбург [1967, 17–18], їх цікавили не землі з місцевим населенням, а море, вони не хотіли туди нести "цивілізацію", розділивши, наприклад, Марсель муром на дві частини – для себе і для місцевих. Тим не менш, за словами того ж Вартбурга, такі усні запозичення збереглися у провансальській мові, як наприклад: *dōta "toit plat" > doma "coupole" > fr. dôme*.

В основному, вважається, що:

– IX–XV століття і далі – період запозичень з латини,

– **XIV–XVI століття – період інтенсивного запозичення з грецької**, часто завдяки діяльності перекладачів, що інтенсифікувалася у цей час: *agent, animer, circuler, comédie, dictionnaire, etc. (N. Oresme), attribuer, classe, efficace, femelle, héros, etc. (P. Bersuire)*.

Однак, як ми зауважували раніше і як свідчить аналіз, пряме запозичення з грецької активно продовжується і у наш час: *ascospore ("spore de champignon", XXe s.) < du grec 'ascos' ("oultre") et 'spore'; aviation, téléphone, vidéothèque, photographie, etc.*

Повертаючись до ролі і функцій класичних мов, перш за все, латини, зауважимо, що вони часто ставали **мовами-посередниками**, і власне завдяки ним багато слів потрапили із східних мов до романських, наприклад:

(арамейська) *abba* ("батько") > грецька > латина *'abbas'* > франц. *abbé*,

(іранська) *tigre* > грецька > латина *'tigris'* > франц. *tigre*.

Через середньовічну латину до французької мови прийшло багато арабських слів, серед них *alcool*, *algubre*, *sirop*. З давньоєврейської прийшла назва свята *Pvques*, що етимологічно означає "*passage*" тощо.

Цікаво відзначити також, що французька мова, запозичивши велику кількість латинських слів, сама стала мовою-посередником для їхньої передачі в інші європейські мови, зокрема українську: за даними І.Вакулик [2004, 15], шлях **лат.** > **фран.** > **укр.** пройшли такі слова як *акциз*, *альтернатива*, *арбітраж*, *баланс*, *дисконт* й інші.

Щодо *особливостей їхньої асиміляції та акомодатії*, можна зауважити таке:

1) численні слова і вирази залишилися на письмі без змін (*alibi*, *album*, *veto*, *duo*, *aquarium*, *primo*, *secundo*), зокрема у французькій юридичній мові: *persona non grata*, *de jure*, *de facto*, *a priori*, *desiderata* (pl.), хоч усно могли змінити вимову: *maximum*, *minimum* [m], крім того запозичуються і скорочення: *NB* (*nota bene*), *PS* (*post scriptum*),

2) відбулася зміна *y > i* : (lat.) *crystallis* > *crystal*,

3) деякі слова на письмі отримали діакритику: *mūmento* ("*souviens-toi!*"),

4) граматично, отримали артикль чи прийменник: *au verso*, *au recto*,

5) фонетично отримали французький окситонний наголос: *'lineus* > *linge*, *'mobilem* > *mobile*,

6) відбувається відкидання латинського закінчення: (gr.) *kritikos* > (lat.) *criticus* > *critique*, *crimen* ("звинувачення") > *crime* ("злочин"), хоч певний період могли співіснувати дві форми: *criture* (gr > lat) та *critūrium* (vx),

7) *a* кінцеве > *e* : *natura* > *nature*, *rosa* > *rose*,

8) францизація суфіксів: *-alis* > *-al* (*capital*), *-ilis* > *-il* (*civil*), *-udo* > *-ude* (*solitude*), *-ablis* > *-able* (*capable*),

9) спостерігається зміна морфологічних категорій (роду, числа, відмінка (номінатив / аблатив), зокрема у значної кількості слів такі процеси відбулися у XVII столітті: *ūpithute* (f) (< lat. *gram.* < *d'or. gr.*) до XVII століття був чоловічого роду,

10) нарешті, численними є випадки стягнення латинських виразів у слово, найчастіше через еліпсис, або навіть творення слів від виразів: *album amicorum* > *album*, *data littera* > *date*, *ab oculis* > *aveugle*, *hic est questio* > *hic*, *si vis pacem, para bellum* (" *si tu veux la paix, prépare la guerre* ") > *parabellum* (XX см., з нім.), *parum affinis* (" *qui a peu d'affinité* ") > *paraffine* (1832),

11) як вже зазначалося, часто спостерігається втрата "внутрішньої форми", зокрема грецького походження (див. також приклади наведені вище): *parasite* (1500) < *lat. parasitus* < *gr. parasitos* < *sitos* (" *nourriture* "), *avias* (" *oiseau* ") > *avion*,

12) крім того, часто спостерігається звуження чи розширення значення: *capitalis* (" *relatif a la tkte* ") > (*financ.*) *le capital*.

Нарешті, відзначимо і той факт, що не тільки змінюються класичні елементи під впливом мови-реципієнта, вони теж у свою чергу можуть впливати на характеристики мови, яка їх прийняла. Так, можна сказати, що під впливом запозичень з латини змінилися і певні фонетичні норми французької мови: сполучення [st], [sn], [sk], [sp], які були неможливі у старофранцузькій мові через появу протези (*scola* > *école*), стали загальноприйнятими у сучасній французькій мові: *stimuler*, *statue*, *spectacle*, *spécial*, *scandale*, *stable*, *stade*, etc.

Таким чином, можна зробити висновок, що використання сучасними романськими мовами словотворчого і термінотворчого потенціалу класичних мов виступає важливим фактором їхнього збагачення і розвитку. Це пояснюється перш за все тим, що класичні мови впродовж багатьох століть спричиняли культурний вплив на європейські мови, а латинська мова і на сьогодні вважається мовою-еталоном в світі. І як свідчить проведений аналіз, цей процес "впливу" не припиняється і у наш час.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вакулик І. І. Запозичення з класичних мов у науковій термінології сучасних європейських мов: автореферат ... канд. філол. наук 10.02.15 – загальне мовознавство. – К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2004. – 20 с.

2. Andrievska A. Cours de lexicologie française. – Kiev : L'Université de Kiev, 1958. – 139 p.

3. Ljvite S. N. Cours de lexicologie française. – Minsk : Мин-во образования БССР, 1963. – 136 p.

4. Quirin S. Emploi de termes hybrides gréco-latins dans le langage médical // www.erudit.org 2001.

5. Wartburg W. Evolution et structure de la langue française. – Berne : Editions A. Francke, 1967. – 294 p.

Стаття надійшла до редакції 18.04.15

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

**Займствования из классических языков
во французском языке: основные тенденции**

Статья посвящена процессу заимствования из классических языков во французский язык, который активно продолжается и в наше время. Анализируются его специфика и основные современные тенденции. Особенное внимание уделяется видам заимствований, их моделям и процессу ассимиляции.

Ключевые слова: заимствование, классический язык, латинизм, грецизм, французский язык.

I. Smushchynska, Dr. Philol. Sci., Full Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Borrowings from classical languages into French:
the main trends**

The article deals with the continual process of borrowings from classic languages into French. The specific character and the main modern trends are analyzed. The types of borrowings, their patterns and the process of assimilation are in the focus of attention.

Keywords: borrowings, classical language, Latinism, Grecism, the French language

УДК 81'23: 159.942

О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

**АУДІОВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗНІ ЗАСОБИ СУГЕСТІЇ
В ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ:
СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ**

У статті аналізуються особливості реалізації та сугестивний вплив аудіовізуальних засобів комунікації в електронних ЗМІ. Аудіовізуальні засоби взаємодіють із вербальними, утворюючи гібридні канали передачі інформації і забезпечуючи прогнозований прихований вплив на психіку лю-

дини. Використання аудіовізуальних образних засобів сугесії в інтернет-комунікації підпорядковане трьом стратегіям – реальному, подібного і уявного, які лежать в основі сприйняття інформації людиною. Аудіовізуальні образні засоби нерідко використовуються для "вкидання" необхідної інформації і використовуються як симулякри.

Ключові слова: аудіовізуальні засоби комунікації, сугесія, інтернет-комунікація, симулякри.

Відомий французький культуролог і філософ-постмодерніст Жан Бодрійяр, розмірковуючи про феномени симуляції та симулякри (від лат. *simulo* – "прикидатися, вдавати" – "копії", що не мають оригінала в реальності, семіотичні знаки, що не мають позначуваного об'єкта в реальності), досить докладно зупиняється на аналізі образів – особливих форм суб'єктивного відображення дійсності, ментальних картинок реального чи вигаданого світів [Бодрійяр http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml].

Дійсно, образ як стійке, мінімізовано-інваріантне уявлення про предмет або фрагмент світу виступає базовим елементом коду розумових процесів (М.І. Жінкін), процес мислення – це оперування образами, елементами універсально-предметного коду людської думки [Жинкин 1964]. У сучасній когнітології образ розглядається як базовий шар концепту [Попова 2001]. Чуттєвий образ кодує концепт, формуючи одиницю універсально-предметного коду. У процесі мислення людина оперує образами, які "несуть" закріплені за ними знання [Попова 2007, 40–41]. Основна інформація, зафіксована в елементах універсально-предметного коду, зберігається в глибинних пластах свідомості, які знаходяться в правій півкулі головного мозку [Сєдов 2007, 100–101]. Об'єктивований за допомогою різних засобів (графічних, вербальних тощо) образ стає потужним засобом впливу на свідомість і емоції людини.

Образ може бути пов'язаний з ідеєю істини або спотворення цієї істини. Аналізуючи одвічну суперечку іконопоклонників й іконоборців, Ж. Бодрійяр ставить питання про те, що несе в собі зображення Бога – елементи якоїсь вищої інстанції або спотворення істини, фальсифікацію її, тобто чи воно є або не є симуля-

кром, "випромінюючим свої власні чари" [[Http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)]. Здається, що одно-значної відповіді на питання, яке дискутується вже довгий час, не існує, бо енергія і природа думки людини, яка продукує образ, відноситься до категорії незвіданого (або кажучи м'якше – недостатньо звіданого). Характеризуючи стан сучасної науки, що вивчає природу думки людини, Н.П. Бехтерева зазначає: "Треба сказати, що базування нашої біології на примітивному матеріалізмі призвело до того, що ми, по суті, працювали в рамках коридору, обмеженого невидимим, але дуже колючим дротом. Навіть спроби розшифровки коду забезпечення мислення, цілком матеріалістичні ..., зустріли спочатку багнети "матеріалістів", ідея яких зводилася до того, що не можна пізнати код ідеального ... І все-таки – що таке ідеальне? Що таке думка? Виходить, з точки зору матеріалістів, це ніщо. Але ж вона є! Я думаю, настав час хоча б поставити питання, на які сьогодні важко або навіть неможливо знайти відповідь, для майбутнього нашої науки. І перше питання, це що таке ідеальне, що таке думка?" [Бехтерева, 2007, 97–98].

Розвиток квантово-хвильової теорії світу приводить дослідників до висновку про стирання кордонів між матеріальним і ідеальним. Думка (і образ як її базовий елемент) так само матеріальна, як і навколишні предмети та явища. Розвиток голографічного психофізики, що базується на квантово-хвильовій теорії світу, пропонує цікаві аргументи для тлумачення фізичної природи образу. З позиції теорії, навколишній світ розглядається як гігантська голографічна пластинка [Авраменко 1975, 64–75], і кожен предмет, у свою чергу, розглядається як хвильова структура: психіка людини (відбитий світ) також містить елементи голографії, яка має квантово-хвильову природу. Інформаційні записи на відповідних молекулах в нервових клітинах можна тлумачити як сукупність голограм, кожна з яких є основою для виникнення образу [[Http://fenomenblizko.ru/Fizika_otvoda_glaz/golograf_psifizik/index.html](http://fenomenblizko.ru/Fizika_otvoda_glaz/golograf_psifizik/index.html)].

Якщо кваліфікувати психічну діяльність як спосіб фізичного кодування образів, "хвильова мова" визначається як мова кодування зв'язків і відношень об'єкта, який відбивається свідомістю

людини. Таким чином, мозок є органом, який породжує хвилюві структури, що відповідають формам об'єктів навколишньої дійсності. Формам об'єктів реального світу і образам як елементам мислення притаманні загальні біофізичні ознаки хвилювих структур [Див .: Дубов, Пушкин 1989, 30–34]. Саме за умов такого тлумачення образу як базової структури мислення стає зрозумілою природа його впливу на людину.

Різновидами образів є індивідуальні та стереотипні (соціальні) уявлення. Індивідуальний образ – найважливіша форма відображення дійсності свідомістю людини, яка формується на основі різних форм чуттєвого відображення, проте основу образу складають зорові відчуття. Індивідуальний образ зумовлює редукцію та / або домінування певних ознак предмета або явища.

У свідомості соціуму існують і так звані стереотипні образи, які передаються від покоління до покоління і не залежать від досвіду окремої особистості. Ці образи виступають як соціальні еталони, що кумулюють емпіричні знання народу, крізь призму яких сприймаються певні явища навколишнього світу. Стереотипні (або соціальні) образи (наприклад, образ бджоли як символу працьовитості, образ палаючої свічки як символ життя людини) мають значний аксіологічний потенціал. Експлуатація соціальних образів у процесах кодування і експлікації думки і їх актуалізація в універсально-предметному коді адресата при сприйнятті тексту забезпечує прогнозований вектор впливу на свідомість та емоції людини.

Говорячи про вплив образу на свідомість і емоції людини, Ж. Бодрійяр так визначав його характеристики: "Він відображає фундаментальну реальність; він маскує і спотворює фундаментальну реальність; він маскує відсутність фундаментальної реальності; він взагалі не має відношення до будь-якої реальності, будучи своїм власним симулякром в чистому вигляді. У першому випадку образ – доброякісне відображення: репрезентація має сакраментальний характер. У другому – злроякісне: шкідливий характер. У третьому випадку він лише створює вид відображення: характер чародійства. У четвертому мова йде вже не про відображення чого-небудь, а про симуляцію" [Бодрійяр [http:](http://)

[//lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)]. Ось чому розробка теорії симулякрів наразі не може здійснюватися без дослідження образних засобів їх об'єктивації.

Саме образ (з урахуванням різних способів його знакової об'єктивації) є одним з найважливіших засобів сугестивного впливу в сучасних ЗМІ, насамперед електронних. Однією з найважливіших характеристик комп'ютерного дискурсу є креолізованість – тобто здатність включати власне вербальні, образно-зорові і образно-слухові елементи. Креолізований текст комп'ютерної комунікації, на думку Л.Ф. Компанцевої, містить кілька обов'язкових складових: картинки, аудіо- і відеовставки. Чуттєве сприйняття образу може реалізуватися як у статичному, так і в динамічному варіантах [Компанцева, 2009, с. 27, 30]. Ці образи можуть сприйматися як одноразово, так і багаторазово. Тому стає очевидною важлива роль образів як факторів сугестивного впливу в інтернет-комунікації. А в умовах жорстокої інформаційної війни аналіз сугестивного потенціалу образних елементів інтернет-текстів стає необхідним кроком для реалізації комунікативно-прагматичної установки повідомлень і захисту інформаційної безпеки держави.

Вивчення образних засобів сугестії в інтернет-комунікації дозволяє говорити про декілька стратегій їх використання. Першою необхідно назвати стратегію реального, яка полягає в підкресленому прагненні відображати насамперед реальні, справжні факти. "Всі ЗМІ та офіційні джерела, – зазначає Жан Бодрійяр, – задіяні тільки для того, щоб підтримати ілюзію автентичності, реальності, об'єктивності фактів" [Бодрійяр http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml]. Однак спосіб репрезентації образів реальних подій, фактів, явищ, їх відбір, ракурс подачі, акцентування уваги на певних елементах уявлень може забезпечувати колосальний ефект впливу на адресата повідомлення, значно більший, ніж фальсифікована подія, тобто симулякр.

Як приклад розглянемо розміщений на сайті інформаційного агентства "Главком" (16.02.2015 р.) текст "Російські журналісти зняли обстріл українських позицій і на камеру посміялися над таким перемир'ям" [<http://glavcom.tv/video/12288.html>], який міс-

тить аудіовізуальні елементи (образно-зорові і образно-слухові) – мультимедійне зображення роботи гаубичного розрахунку, стрільянина, вогняні спалахи, на тлі яких чути цинічний сміх і коментарі російських журналістів:

"В ролике, выложенном пользователем Saponkov в Youtube, гаубичная батарея сепаратистов ведет огонь. Как поясняет пользователь живого журнала sare, в блоге которого размещен ролик и несколько фотографий, "Дебальцовский котел, работа гаубичного расчета, снимал пару дней назад" (орфография сохранена).

На 22 секунде за кадром слышен смех и возглас "Вот это было достойно". Комментарий следует после выстрела гаубицы.

"Что скажут RussiaToday?" – "Перемирие" – "По полигону работают, котла-то нету", – переговариваются два журналиста. "Холостые, холостые, у нас перемирие".

После публикации видео стало расходиться по соцсетям, о ролике написало издание Flashnord. Фотограф Митя Алешиковский обнаружил снимки авторства Романа Сапонькова в архиве ТАСС. Позже пресс-служба RussiaToday объявила в своем официальном твиттере о расторжении контракта со вторым человеком, фигурирующим на видео".

Саме цинічний сміх, який слугує індикатором психічної неадекватності журналіста, а не тільки відео роботи гаубиці, викликає сильну емоційну реакцію користувачів інтернету. Про сугестивний вплив тексту можна робити висновки з коментарів читачів. Наведемо деякі з них (коментарі відредаговані,



знята інвективна лексика і звороти, що ображають почуття національної гідності):

mr27den

Смешно им ...! Моральные уроды! ... думают, что приехали развлекься на "сафари" пострелять в "тупых укрупов" из телека!

Allex X

...тварь радуется убийству женщин и детей!

TetyanaSudyma через Google+

Ужасное видео! Сепаратисты обстреливают Дебальцево... Стреляют по мирным жителям... А российские журналисты ржут, как кони...

Таня Матыкина

"Братья" !!!!!!! Стреляют по детям и старикам, женщинам! Смешно вам! Желаю этим "братьям" журналюгам, что бы в скором времени стреляли по их домам и семьям! аминь!!!!!!

HarleyDavidson

Справа честі кожного громадянина України - зустріти такого журналюгу-шакала і відрізати язик собакам на корм.

VladimirKiveretsky

Дойти до такой степени низости... Это сумасшедшие в самом подлинном смысле этого слова. Надеюсь, их дети и внуки увидят эти кадры и проклянут таких предков.

Юра Чирушкин

Те, кто приехал сюда защищать русскоязычное население, и стреляют по этому самому русскоязычному населению! А другие еще и смеются над этим.

... Донбасс разваливают ваши из РФ и ваша техника. Потому что им все равно, в кого стрелять: "Не свое - не жалко". Всегда ведь можно вернуться к себе домой, где все тихо и спокойно, как и сделал Гиркин - развязал войну на Донбассе и смылся в Раику. Надо быть безмозглым, чтобы думать, что украинская армия разрушает свои же города и убивает своих сограждан. Больше всего разрушений и смертей принесли террористы. Я был в Донецке до конца мая. Я тому свидетель. Я не верил ополченцам и видел много доказательств того, что они врут и вводят народ в заблуждение. Так что не тебе мне рассказывать, что там происходит! Если бы не ваши наемники и не ваша техника, то никаких бы разрушений не было! Заберите свое отродье с Донбасса, и все нормализуется. Но это, к сожалению, не вернет ни одну жизнь. Путину просто так не сойдет кровь с рук. Я как русский человек не жалею, что проехал по

Украине, а не уехал в РФ, где кишат зомби .. Никто меня тут не истребляет и не угнетает, как пугали ополченцы. Нам не нужен ваш "Русский мир"!!!

chvitaliy

Гореть вам в аду бесконечно за невинно убиенных украинцев!

standev1

1. Повторяю для тех, кто в танке: я гражданин РФ. 2. Украина отдала ЯО под совместным давлением России и США. Но напала после этого на Украину Россия, а не США. Постыдитесь!

ViktorRotius

+standev1

Спасибо тебе за то что МЫСЛИШЬ, КАК ЧЕЛОВЕК! Здоровья тебе и процветания!

khripp1

Я москвич, вряд ли... у меня хватит времени подойти к тебе у ТАСС. Но я теперь я с удовольствием при случае отыграюсь на упырях, собирающих деньги на "Водном стадионе" для ДНР!

Професіоналізм авторів проаналізованого тексту якраз і полягає в безпомилковому підборі аудіовізуальних засобів впливу, що об'єктивують реальні картини війни на Донбасі і характеризують позицію російських репортерів. У принципі подібні образні засоби як "зліпки" реального детерміновані настановами і свідомістю людини, яка розмістила їх в інтернет-мережі, тобто "пропущені" крізь призму її сприйняття і її соціальних оцінок. Ці факти не потребують коментарів. Вони "заряджають" користувачів інтернету (адже адресат самостійно робить висновок про побачене і почуте, і це принципова відмінність сучасних ЗМІ від так званої радянської пропаганди), стимулюють вербалізацію пережитих почуттів і сприяють формуванню соціальних оцінок подій, що відбуваються.

Об'єктивізація аудіовізуальних образів реальних подій може бути безпосередньо пов'язана з маніпулюванням свідомістю людини, більше того – з використанням прийомів нейролінгвістичного програмування. Характеризуючи роботу російських ЗМІ у висвітленні подій в Україні, викладач МДІМВ, професор В. Соловей зазначає: "Подивіться, який тон переважає у висвітленні подій в

Україні. З листопада 2013 року – заворушення, смута, погроми. Згадайте випуски новин, коли на Майдані відбулися дійсно криваві події. Це були кадри, які швидко змінювалися, полум'я, палаючі шини, люди, що біжать, на тлі тривожної музики... Ви напевно, думаєте, що це робиться для більшого драматичного ефекту? Ні, за цим стоїть дуже великий сенс – в цей час людей занурюють у трансний стан. Наша здатність до критичного сприйняття знижується, наша підсвідомість відкривається. Це один із прийомів нейролінгвістичного програмування. Коли ви бачите репортажі з України, у переважній більшості глядачів виникає стійка асоціація: Україна – це хаос. А що тоді Росія? Це космос, порядок, оплот миру і стабільності" [<http://racurs.ua/743-smi-televidenie-manipuliruet-soznaniem>].

Наступна стратегія, яка зумовлює використання образних засобів сугестії, – це стратегія подібного. Пізнання одного явища через призму іншого, незрозумілого (недостатньо зрозумілого, недостатньо доступного) через призму більш зрозумілого, стереотипного – ключовий принцип людського мислення. Фундаментальною властивістю психіки людини є зумовленість сприйняття предметів і явищ зовнішнього світу накопиченим раніше запасом знань і вражень, який і забезпечує можливість зіставляти явища на основі встановлення деяких загальних ознак. Метафора як ментальний факт не тільки "формує уявлення про об'єкт, вона також зумовлює спосіб і стиль мислення про нього... Метафора відповідає здібності людини схоплювати і створювати подібність між дуже різними індивідами і класами об'єктів. Ця здатність грає величезну роль як у практичному, так і в теоретичному мисленні [Арутюнова, 1990, 14–15]. В підтвердження своєї думки Н.Д. Арутюнова цитує висловлювання У.О. Куайна "Немає нічого більш фундаментального для мислення і мови, ніж наше відчуття подібності" [Арутюнова, 1990, 15].

Стратегія подібності по-різному реалізується й у використанні образних засобів впливу. Одним із способів її реалізації є терапевтична метафора. На думку Д.Трунова, зіставляючи не пов'язані раніше поняття, терапевтичні метафори дозволяють в

стислій і оригінальній формі розкрити суть повідомлення, допомагають по-новому осмислити звичні предмети та явища, а також виконують інші функції, що мають психотерапевтичне значення, а саме: експресивну функцію (за допомогою метафори виражається важкий для вербалізації досвід – настрої, почуття, враження тощо), вдало підібрана метафора "економічна", оскільки зберігає час і слова, що йдуть на пояснення; діагностичну функцію, адже вибрані образи детерміновані його свідомими і несвідомими мотивами; дисоціативну функцію, яка полягає в "переміщенні" проблеми з "внутрішнього поля" людини на "зовнішнє"; пояснювальну функцію, пов'язану з полегшенням сприйняття явищ; функцію наочності [Трунов 1997].

По суті, функцію терапевтичної метафори виконують, наприклад, дитячі малюнки, що відправляються в АТО: вони створюють позитивний емоційний тонус і, нагадуючи воїнам про мирне життя дітей, мають колосальний мотиваційний потенціал. Відповідно, розміщення цих малюнків в інтернеті має такий же позитивний вплив на читачів, як і на воїнів в АТО. Див., наприклад: [<http://trassae95.com/odessa/news/2014/12/24/vystavka-detskih-risunkov-posvyacshennyh-voinam-ato-otkrylasj-v-odesse-foto-19538.html>].

Можна говорити і про такий прийом маніпулювання свідомістю особистості у ЗМІ, як так звані "склеювання", в основі яких лежить принцип подібності. В. Соловей, наприклад, характеризує цей прийом, пише: "Ви можете сказати, що це праві радикали (занадто академічно), національні революціонери ... А от якщо скажете бандерівці, то викличете у глядачів негативний спектр асоціацій. Ще краще, якщо ви зробите трансфер, побудуєте репортаж наступним чином: спочатку покажете дивізію СС "Галичина", що входить до Львова, а потім – людей з партії "Свобода" або з Правого сектора. Таким чином, між свідомо негативним і тим, що потрібно піддати критиці, відбувається склеювання. І говорити тут нічого не потрібно. Висновки глядачі зроблять самі. Підкреслю: тому ці висновки людина дуже цінує" [<http://racurs.ua/743-smi-televidenie-manipuliruet-soznaniem>].



Прийом "склеювання" широко використовується для дискредитації того чи іншого явища або особистості. В інтернет-комунікації нерідко використовується прийом підстановки фейкових фотографій, зображень з метою імпліцитної дискредитації певної події або особистості.

Так, на різних сайтах з'являються симулякри – наприклад, "фото" начальника міліції Київської області ВадимаТрояна, замість якого демонструється чоловік з оголеним торсом, покритим татуюваннями, як у кримінального злочинця, і серед цих татуювань – зображення фашистських свастик. Висновки про особу начальника міліції пропонується зробити самостійно.

Стратегія подібності у використанні образних засобів впливу в інтернет-комунікації об'єктивується і в так званих фотожабах (різновиди фотомонтажу, результат творчої переробки якогось зображення), що побудовані за принципом ментальної метафори і спираються на стереотипні образи і прецедентні тексти. Так, наприклад, зіставлення фото мавпи з гранатою з фотографією глави НБУ, супроводжуване командою "Знайди 10 відмінностей" без коментарів передає інформацію про небезпечну для життя української держави політики НБУ. А зображення В. Путіна, що спирається на відому ілюстрацію до "Казки про рибака і рибку" О.С. Пушкіна – старої біля розбитого корита, не просто викликає комплекс асоціацій між політичним діячем і персонажем відомої казки, а й в алегоричній формі висловлює думки автора тексту про наслідки політичної діяльності глави держави. Образні форми вираження думки (імпліцитні за своєю суттю) безпосередньо сприймаються правою півкулею адресата, зумовлюючи його активну емоційну реакцію.

Прийом "склеювання" може бути реалізований імпліцитно, у тому випадку коли об'єкт зіставлення є прецедентним феноменом. Пор., наприклад, відомий фейковий сюжет російських ЗМІ про розп'ятого хлопчика [<http://www.1tv.ru/news/world/262978>], який так чи інакше викликає уявлення про сюжет зі Святого Письма про

розп'яття Христа. Тема розп'яття Христа є однією з найбільш популярних християнських тем в живописі, тому образна пам'ять людини зберігає відповідну "картинку". Стійка асоціація "розп'ятий хлопчик – розп'ятий Христос" породжує програмовані негативні емоції у адресата, якого піддали сугестивному впливу.

Найди 10 отличий



Обезьяна с гранатой



Глава Нацбанка Валерия Гонтарева



Імпліцитне образне "склеювання" лежить в основі "глибинної структури" слова кіборг у значенні "непереможний український воїн – захисник Донецького аеропорту" (слово було визнано словом 2014). Своє нове значення слово отримало у вересні 2014 року. Слово ... швидко підхопили користувачі соцмереж, а слідом за ними і традиційні ЗМІ та політики. Примітно, що слово "кіборги" в значенні "захисники Донецького аеропорту" подарував українській мові у вересні 2014 року проросійський бойовик. Тоді він намагався пояснити, чому передові загони російсько-терористичних військ у всеозброєнні не можуть взяти Донецький аеропорт, який захищає кілька десятків українських військових зі стрілецькою зброєю" [<http://www.segodayna.ua/life/society/slovo-kiborg-bylo-priznano-slovom-2014-goda-582523.html>].

У своєму початковому значенні слово кіборг (скорочення від англ. Cyberneticorganism – кібернетичний організм) означає – в медицині – біологічний організм, що містить механічні або електронні компоненти, машинно-людський гібрид (у науковій фантастиці, гіпотетиці тощо). У науковій фантастиці в окремих випадках також використовується як термін для позначення андроїдів [1], а також нездатний жити без цих механічних або електронних компонентів [<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B3>].

Найменування, введене Манфредом Є. Клайнсом і Натаном С. Кліном у 1960 році у зв'язку з їх концепцією розширення можливостей людини для виживання поза Землею, отримало і зорово-образне втілення у вигляді "картинок", широко поширених в інтернет-просторі, що й забезпечило формування відповідного образного стереотипу; див.: [https://www.google.com.ua/search?q=киборг&espv=2&biw=988&bih=626&tbm=isch&imgil=cUehFWxSwu5_7M%253A%253B_1yymVlzS25e2M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwpapers.ru%25252Fwallpapers%25252FAll%25252F16822%25252F1920], на базі якого і виникає нове значення з яскраво вираженою оцінною семантикою і значним сугестивним потенціалом.



Третьою стратегією, яка обумовлює використання образних засобів впливу в електронних ЗМІ, є стратегія уявного. В основі стратегії лежить здатність людського мислення продукувати образи, ідеї на основі переробки, уявної реконструкції уявлень, що зберігаються у свідомості від минулого досвіду. Уява є основою наочно-образного мислення, що дозволяє людині орієнтуватися в ситуації і вирішувати завдання без безпосереднього втручання практичних дій. Вона багато в чому допомагає йому в тих випадках життя, коли практичні дії або неможливі, чи утруднені, чи на-

віть недоцільні. Наприклад, при моделюванні фантастичних (або прогностичних) процесів і об'єктів, що важко пояснити. Згідно з М.В. Гамезо та І.А. Домашенком: "Уява – психічні процеси, що полягають у створенні нових образів (уявлень) шляхом переробки матеріалу сприйняття і уявлень, отриманих в попередньому досвіді" [<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5>]. Прикладом уявних образів можуть слугувати розмішені вище зображення кіборгів.

Уявні образи ґрунтуються на певних стереотипах свідомості, насамперед стереотипних образах, нерідко використовуються для здійснення медіа-диверсій, наприклад, в патогенних текстах, які діють деструктивно, дестабілізуючи психіку та емоційний стан людини. Деструктивний вплив патогенного тексту "Кінець світу триватиме два тижні", розмішеного в інтернеті (http://livesmi.com/another/6747-konec-sveta-prodlitsya-dve-nedeli_full.html?fr=w1&w1), обумовлено вербальною і графічною (малюнок, який супроводжує текст) актуалізацією образних стереотипів сприйняття апокаліпсису [див.: Снитко].

Патогенный текст "Конец света продлится две недели"

Конец света продлится две недели



Тибетские ламы не скрывают, что риск серьезной катастрофы довольно велик: в конце декабря планеты Солнечной системы выстроятся в один ряд, что является уникальным случаем. "Осень и зима будут теплые, а с 21.12.2012 Земля начнет проходить через галактическую "нулевую полосу".

Это особое состояние пространства, где гасятся и не могут распространяться никакие энергии. Наступит полная темнота и тишина. Отключатся электричество и связь. Темнота будет сопровождаться вспышками света, а также игрой света и тени. Временами может казаться, что бродят фигуры –

как будто мертвецы встали из гробов. Землю будет слегка потряхивать – словно незначительное землетрясение. Некоторые строения могут быть разрушены", – предупредил лама, которого на Тибете называют оракулом Шамбалы.

Люди, по его словам, будут массово гибнуть из-за паники и страха перед неизвестностью. Катаклизмы же продлятся две недели, хотя отголоски будут ощущаться еще несколько месяцев вплоть до начала февраля.

Чтобы пережить катастрофу, оракул советует заранее подготовить документы и теплые вещи, постараться уехать в сельскую местность. Там стоит заготовить свечи, дрова, запас продуктов и питьевой воды. "Необходимо наблюдать за домашними животными, идеальный вариант – кошка. Благодаря природным инстинктам они подадут пример, как вести себя в экстремальной ситуации, – приводит советы ламы журнал "Собеседник". "В течение "дней темноты" завесить окна простынями, не смотреть в них, не выходить на улицу. Лучшие медитировать или молиться", – добавил лама.

Все вищесказане дозволяє зробити такі висновки. Використання аудіовізуальних образних засобів впливу, як показує дослідження, що має яскраво виражену орієнтацію на праву півкулю головного мозку і зумовлює активну емоційну реакцію адресата, є найважливішим прийомом сугестії в інтернет-комунікації. Аудіовізуальні засоби взаємодіють із вербальними, утворюючи гібридні канали передачі інформації і забезпечуючи прогнозований прихований вплив на психіку людини. Всі аудіовізуальні образні засоби детерміновані настановами та свідомістю автора тексту, вони відібрані ним з масиву однорідних, тобто "пропущені" через призму його сприйняття і соціальних оцінок. Вони спонукують адресата зробити цілком певні самостійні висновки про побачене і почуте, на які і націлена комунікація. Використання аудіовізуальних образних засобів сугестії в інтернет-комунікації підпорядковане трьома стратегіями – реального, подібного і уявного, які лежать в основі сприйняття інформації людиною. Аудіовізуальні образні засоби нерідко використовуються для "вкидання" необхідної інформації і використовуються як симулякри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛА

1. Авраменко Р. Ф. Голографические свойства гиперсферы / Р. Ф. Авраменко, В. И. Николаев // Проблемы голографии : [межвузовский сборник научных трудов Московского института радиотехники, электроники и автоматики]. – М., 1975. – Вып. 6. – С. 64–75.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Арутюнова // Теория метафоры. М. : Наука, 1990. – С. 5–33.
3. Бехтерева Н. П. Магия мозга и лабиринты жизни/ Н. П. Бехтерева – М. ; СПб. : Сова, 2007. – 281 с.
4. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml]
5. Дубов А. П. Парапсихология и современное языкознание / А. П. Дубов, В. Н. Пушкин. – М. : Наука, 1989. – С. 30–34.
6. Жинкин Н. И. О кодовых переходах во внутренней речи / Н. И. Жинкин // Вопросы языкознания. – 1964. – № 6. – С. 26–38.
7. Компанцева Л. Ф. Интернет-лінгвістика / Компанцева Л. Ф. – К. : Науково-видавничий відділ Національної академії СБ України. 2009. – 273 с.
8. Московичи С. Машина, творящая богов / С. Московичи. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 550 с.
9. Петренко В. Ф. Метод классификации как экспериментальный подход к семантике изобразительного искусства / В. Ф. Петренко, А. Г. Шмелев, А. А. Нистратов // Вестник Московского университета. – 1978. – № 4. – С. 25–37.
10. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин – Воронеж : Истоки, 2001. – 190 с.
11. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. АСТ : Восток-Запад, 2007. – 314 с.
12. Седов К. Ф. Нейропсихолінгвістика / К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2007. – 220 с.
13. Снитко О. С. Образні стереотипи негативної оцінки в контексті проблеми "етнос і мова" / О. С. Снитко // Мовні і концептуальні картини світу. – 2012. – Вип. 39. – С. 314–321.
14. Соловей В. Как телевидение манипулирует сознанием-[http://racurs.ua/743-smi-televidenie-manipuliruet-soznaniem].
15. Трунов Д. Использование метафор в психотерапевтической работе / Д. Трунов // Журнал практического психолога. – 1997. – № 1. – С. 14–20.
16. Уилрайт Ф. Метафора и реальность / Ф. Уилрайт // Теория метафоры. М. : Наука, 1990. – С. 82–110.
17. Голографическая психофизика – объяснение феномена [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://fenomen-blizko.ru/Fizika_otvoda_glaz/golograf_psisfizik/index.html.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. С. Снитко, д-р філол. наук, проф.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Аудиовізуальні образні засоби сугесії в інтернет-комунікації: стратегії використання

В статті аналізуються особливості реалізації і сугестивний потенціал аудіовізуальних засобів комунікації в електронних СМІ. Аудіовізуальні засоби взаємодіють з вербальними, створюючи гібридні канали передачі інформації і забезпечуючи прогнозоване приховане вплив на психіку людини. Використання аудіовізуальних образних засобів сугесії в інтернет-комунікації підпорядковано трьом стратегіям – реальному, подібному, уявному. Аудіовізуальні образні засоби нерідко використовуються для "вбрасування" необхідної інформації і використовуються як симулякри.

Ключові слова: аудіовізуальні засоби комунікації, сугесія, інтернет-комунікація, симулякри.

O. Snytko, D. Litt., Full Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Audiovisual Means of Suggestion in the Internet Communication: Application Strategies

The essay dwells upon the singularities of application of audiovisual means of communication in electronic mass media and their suggestive potential. Audiovisual means of mass media interact with verbal ones, creating hybrid channels of information transfer and imposing envisaged implicit influence on a person's psychic. Audiovisual means of suggestion in communication can be realized in three strategies – tangible, similar, imaginative. Audiovisual means are often used to "throw in" respective information and used as simulacra.

Key words: audiovisual means of mass media, suggestion, Internet communication, simulacra.

УДК 81'246.3(=133.1)

О. В. Соболева, асист., **В. Р. Калініна-Шамрай**, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПРОБЛЕМИ БАГАТОМОВНОСТІ У ФРАНКОМОВНИХ КРАЇНАХ

У статті висвітлено деякі аспекти багатомовності у франкомовних країнах, таких як: Бельгія, Швейцарія, Канада, Франція, а також різно-

манітні погляди експертів на проблеми співіснування мов у межах однієї країни і моделі контролю лінгвістичного розмаїття. Визначено місце, яке посідає кожна мова у тій чи іншій країні. Проведено паралель з Україною.

Ключові слова: багатомовність, двомовність, франкомовні країни, злиття коду, переключення коду, висхідний механізм.

Актуальність дослідження визначається однією з проблем розвитку та співіснування багатьох мов у межах однієї країни.

Метою публікації є визначити місце багатомовності, а також моделі її керування у різних країнах.

Предметом дослідження є феномен багатомовності як такий у франкомовних країнах з конкретними цифровими показниками.

Наукова новизна дослідження обумовлена феноменом багатомовності, який є актуальним відповідно до процесів, що відбуваються у світовому геополітичному просторі.

Проблема двомовності та багатомовності існує останнім часом у багатьох країнах світу. Вона є також актуальною для України. Упродовж десятиліть та зокрема після здобуття нашою державою незалежності, Україна шукає можливі шляхи подолання цієї проблеми. Розглянемо моделі співіснування мов у таких країнах, якот : Франція, Канада, Бельгія та Швейцарія. Всі згадані вище моделі функціонують. Проте жодна з них не є ідеальною. Чи варто нам прислухатись до їх порад та адаптувати одну з цих моделей до українських реалій, аби вирішити болюче мовне питання?

Перш за все, треба з'ясувати різницю між двома поняттями: *мультилінгвізм* та *плюрилінгвізм*. Згідно концептам, розробленим Відділом Лінгвістичної Політики Ради Європи, перше "пояснюється як присутність у певному географічному просторі багатьох мовних варіацій", тоді як друге "має відношення до розмаїття мовних різновидів, вживаних носіями, включаючи рідну мову та всі мови, вивчені пізніше"[5].

Маріза Каваллі, експерт з питань мовної політики, двомовності та багатомовності у Раді Європи стверджує, що останнім часом у програмі економічного розвитку Європейського Союзу окремим пунктом передбачено опанування двома іноземними мовами, окрім рідної мови. Найчастіше мова вивчається у школі: спочатку як предмет, а згодом вона використовується для

викладання інших спеціальних предметів. У такому разі можна говорити про мову шкільної освіти. У той же час існує чимало способів викладання мови для дорослого населення, насамперед іноземців, зважаючи на велику кількість іммігрантів у європейських франкомовних країнах.

Результати дослідження, проведеного у 2012 році у країнах Європейського Союзу, свідчать про те, що у згаданих вище державах англійська, як і раніше, найчастіше вивчається як перша іноземна мова.

Насамперед варто окреслити за допомогою конкретних статистичних даних ситуацію багатомовності, яка існує у досліджуваних країнах. Говорячи про це, не слід забувати про два аспекти: з одного боку, є мови, якими спілкується населення у повсякденному житті, а з іншого – є офіційне курування ними. Багатомовність притаманна усім державам, проте лише деякі з них ратифікують це явище на законодавчому рівні, надаючи статусу офіційної двом чи більше мовам.

Так, Франція, яка є, згідно з законом, одномовною країною, фактично є багатомовною. Водночас централістська політика бере до уваги мовні вимоги тих груп населення, мова яких не набула статусу офіційної або державної. У 1951 році У Франції було прийнято Закон Деіксона про вивчення французьких регіональних мов: бретонської, баскської, каталонської та окситанської.

У Швейцарії німецькомовне населення становить 65 %, франкомовне – 23 %, італомовне – 8 % від загальної кількості населення конфедерації. Окрім того, рідною для 0,5 % швейцарців є ретороманська мова. Слід зауважити, що жодна із згаданих вище офіційних мов не є рідною для 19 % населення країни.

Мовна ситуація в Бельгії є такою: серед всіх регіонів лише Брюссель столиця, де проживає приблизно 10 % бельгійців, офіційно є двомовним (французька та голландська мови); Фландрія, розташована на північному заході країни, де мешкає приблизно 58 % населення, офіційно є одномовною (голландська мова); Валлонія, розташована на північному сході королівства, де проживає більше, ніж 32 % населення, також офіційно є одномовною (французька мова), за винятком регіону Німецькомовної

спільноти Бельгії, де мешкає 85 000 осіб, що становить менше 1 % від загальної кількості населення країни. Вважається, що голландськомовне населення становить від 57 % до 60 %, а франкомовне – від 40 до 43 % від загальної кількості населення королівства. Загалом, проведення перепису населення за мовним критерієм у Бельгії заборонено законом. Таким чином, наведені вище статистичні дані є приблизними [1].

Державними мовами Канади є англійська та французька. Вони є рідними відповідно для 57,8 % та 22,1 % населення держави. 98,5 % канадців володіють принаймні однією з цих двох мов (лише англійською – 67 %, лише французькою – 13,3 %, обома мовами – 17,5 % від загальної кількості населення країни) [3].

У цьому контексті варто згадати ще одну невеличку європейську державу Люксембург, яка є тримовною. Французька, німецька та люксембурзька мови широко застосовуються для всіх адміністративних процедур і найчастіше вживаються у Великому Герцогстві. Одна з цих мов – люксембурзька набула статусу державної мови згідно з законом від 24 лютого 1984 року [11].

Іншим прикладом співіснування трьох мов на європейському континенті є гірська область з особливим статусом в Італії Валле д'Аоста. Відповідно до Конституції від 26 лютого 1948 року, Італійська держава визнає у регіоні Валле д'Аоста офіційний статус французької мови поряд з італійською на всіх рівнях, за винятком судової сфери. І що стосується третьої, франко-провансальської мови, вона визнається на місцевому рівні і викладається у дошкільних навчальних закладах та у початковій школі [10].

В усіх цих країнах (окрім Франції та Люксембурга) на противагу ситуації в Україні та в інших колишніх республіках Радянського Союзу, жодна з мов не асоціюється безпосередньо із країною, оскільки не існує ні бельгійської, ні канадської, ні швейцарської мови.

На думку Філіпа Ван Парейса, що очолює кафедру Гувера у Католицькому університеті м. Льовен та є членом Бельгійської Королівської Академії наук та мистецтв, існує так званий механізм "*bottom-up (висхідний механізм)*", що походить від населення", який вчений називає *законом Лапонса* [7; 8]: наслідком ввіч-

ливості людей є злостивість мов. Мови можуть співіснувати бік обіч упродовж століть у разі, коли немає або небагато контактів між їх носіями. Проте щойно люди починають спілкування, обмін, співпрацю, залицяння, народжують дітей, слабкіша мова повільно, але неухильно витісняється більш розповсюдженою або більш престижною мовою. Цей закон є лише макроскопічним відображенням взаємодії двох механізмів [...]: пробабілістського навчання і комунікації *taxi-min* [12].

Французька мова у Бельгії довгий час мала привілейоване становище у порівнянні з нідерландською і залишалась мовою еліти. Врешті, внаслідок запровадження мовної політики бельгійського уряду для голландської мови виникла загроза зникнення. Згодом було прийнято низку іноді жорстких заходів щодо захисту голландської мови.

Вирішення мовних проблем у Швейцарії відбувається на трьох рівнях: в органах управління державою, установах та на рівні громадян. Важливим є те, що всі мовні регіони мають своїх представників на політичному рівні. Мовні питання і питання організації суспільства у цій країні завжди поєднуються. Згідно зі словами Лорана Гажо, професора лінгвістики в Женевському університеті, члена Ради Асоціації розвитку та двомовної та багатомовної освіти, мови у Швейцарії "труться, впливають одна на одну, перетинають традиційні кордони мовних сімей". Спостерігаються такі феномени, як "*code-switching*" та "*code-meshing*". Перший термін здобув в українській науковій літературі такі назви, як "*перескакування між мовами*" або "*переключення мовного коду*". Він характеризується чергуванням двох або більше мовних кодів, як-от: мови, діалекти або мовні стилі. "Цей спосіб спілкування є дуже популярним у білінгвів. Він полягає у чергуванні мов за допомогою мовних одиниць із змінною довжиною (слово, вираз, синтагма, речення, промова)" [2, с. 31]. Чергування може мати місце також всередині висловлення (*l'alternance intraphrastique*).

"But I want you continues l'histoire, the same you see" [6, с. 58].

Лінгвісти припускають, що існують випадки *code-switching*, спричинені мовною некомпетентністю, але останні не є правилом. Цей спосіб спілкування передає скоріше ознаку особливої

білінгвальної компетенції. Отже, граматичні правила, властиві кожній з мов, додержуються.

Перескакування між мовами може стосуватися також цілих речень. Такий тип спілкування є широко розповсюдженим у двомовних спільнотах. Він полягає у зміні мови в залежності від співрозмовника. Йдеться про стратегію "одна людина-одна мова" [2, с. 32].

В нашій країні перескакування між українською та російською мовами відбувається найчастіше між *фразами* або *реченнями*. Натомість, для мовців, які спілкуються суржилом, характерно змішування слів в межах одного речення або висловлення.

Другий феномен *code-meshing* (*злиття* або *об'єднання мовного коду*) полягає у сполученні регіоналізмів, жаргонів, розмовної мови, діалектів із літературною мовою в офіційних документах, а також у повсякденному спілкуванні, що має на меті охопити різноманітний світ, де ми живемо [4].

У Швейцарії нерідко вдаються до *рецептивного білінгвізму*, тобто кожен з учасників діалогу користується обраною ним мовою, водночас розуміючи мову свого співрозмовника. Варто зауважити, що прояви такого типу двомовності (українська / російська мови) досить часто спостерігаються в Україні. Іншою винятковою властивістю мовної ситуації в Швейцарії є той факт, що в країні не існує так званої моделі рідної мови. Наприклад, слухаючи франкомовного ведучого теле- або радіопередачі, жоден швейцарець не помітить наявності акценту порівняно із французькою літературною нормою.

Говорячи про канадську модель співіснування мов, Ремі Леже, професор кафедри політології Університету Сімона Фрайзера, зазначає, що його держава, як і раніше, залишається єдиною саме завдяки компромісу, якого було досягнуто у мовному питанні. 7 липня 1969 року відповідно до *Закону про офіційні мови* (*Loi sur les langues officielles*) французька мова набула рівного статусу із англійською в усіх урядових федеральних органах. Ухвалення цього закону дозволило ініціювати в Канаді процес офіційного визначення як двомовної нації. Таким чином, дві державні офіційні мови співіснують в цій країні. Канадці мають право одержувати послуги від федерального уряду англійською

або французькою мовами. У разі, коли в країні була б лише одна державна мова англійська, вона була б нав'язана в усіх установах області Квебек, що могло призвести до роздрібнення держави. Експерт вважає, що згадану вище модель було розроблено, аби запобігти тому, щоб одна мова "проковтнула" іншу.

Вчені припускають, що мовні питання не так складно вирішуються у Люксембурзі зважаючи на те, що в цій невеличкій країні відсутній територіальний розподіл, який властивий іншим європейським державам та Канаді.

Експерти дійшли висновку про те, що немає сенсу захищати мову. Це врешті призведе до протестів. З іншого боку, науковці вважають неможливим керування мовним розмаїттям. Наприклад, в ситуації, коли рідні мови співрозмовників відрізняються, вони не вживатимуть "мову, якою найкраще володіє більшість з них, або мову, якою вони володіють найкраще у середньому. Натомість вони оберуть мову, якою найкраще володіє той, хто її знає найменш. Отже, вибір мови спілкування головним чином залежатиме від критерію *максі-міні*: максимізація мінімальної компетентності" [12].

На думку вчених, ідеальна модель співіснування мов не існує. Натомість, користуючись складовими різних моделей, цілком можливо розробити власну модель згідно з вимогами даного контексту.

Отже, наша країна має прийняти рішення, що відповідатиме її історичній традиції, спадщині, вимогам сучасності та волевиявленню українського народу. Або ми наслідуватимемо приклад країн, які офіційно є одномовними, як Франція чи Великобританія, або скористуємось досвідом офіційно багатомовних держав, як Швейцарія, Бельгія, Канада тощо, або наш народ обере свій власний шлях у мовній політиці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Belgique [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Belgique#Langues>
2. *Boutet J.* Langage et société / J. Boutlet. – P. : Editions du Seuil, 1997. – 62 p.
3. Canada. Langues officielles [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://fr.wikipedia.org/wiki/Canada#Langues_officielles

4. Canagarajah A. S. "The Place of World Englishes in Composition: Pluralization Continued / A. S. Canagarajah. – College Composition and Communication. 57.4, 2006. – P. 586–619.

5. De la diversité linguistique à l'éducation plurilingue : Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe Division des Politiques linguistiques Conseil de l'Europe, version intégrale. – Strasbourg, 2007 [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.coe.int/lang/fr

6. Desprez C. Les Enfants bilingues. Langues et familles / C. Desprez. – P. : Didier, 1995. – 207 p.

7. Laponce J. Langue et territoire / J. Laponce. – Québec : Presses universitaires de Laval, 1984. – 265 p.

8. Laponce J. Loi de Babel, et autres régularités des rapports entre langue et politique / J. Laponce. – Québec, Presses universitaires de Laval, 2006. – 194 p.

9. Loi sur les langues officielles [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/page-1.html>

10. Région Val d'Aoste [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.region.vda.it/Autonomia_istituzioni/lostatuto_f.aspx

11. Sondage Le Jeudi/TNS-ILRES // Le Jeudi, 17 avril 2007. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.lejeudi.lu/> 12. Van Parijs Ph. Plaidoyer pour une territorialité linguistique / Ph. Van Parijs // Politique. – Janvier-février 2012. – Vol. 73. – P. 78–85.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Е. В. Соболева, асист., **В. Р. Калинина-Шамрай**, асист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Проблемы многоязычия во франкоязычных странах

В статье освещены некоторые аспекты существования многоязычия во франкоговорящих странах, таких как: Бельгия, Швейцария, Канада, Франция, а также различные мнения экспертов по отношению к проблемам сосуществования языков внутри одной страны и модели контроля лингвистического разнообразия. Определено место, занимаемое каждым из языков в той или иной стране, проведена параллель с языковой ситуацией в Украине.

Ключевые слова: двуязычный, многоязычный, франкоговорящие страны, слияние кода, переключение кода, восходящий механизм.

O. Soboleva, assistant, **V. Kalinina-Shamrai**, assistant
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Multilingualism's problems in Francophone countries

The article analyzes certain aspects of multilingualism in Francophone countries such as Belgium, Switzerland, Canada, France, as well as different opinions of

experts on the problems of languages coexistence and the models of linguistic diversity monitoring. Status and role of different languages in one or another country were identified and the comparison with Ukraine was made.

Keywords: *bilingual, multilingual, Francophone country, code-meshing, code-switching, bottom-up mechanism.*

УДК 811.111'371

О. А. Соколенко, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

АСОЦІАТИВНИЙ ВПЛИВ НА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЮ КОЛЬОРУ (на матеріалі каталогів косметичної продукції)

У статті розглядаються асоціативні впливи на концептуалізацію кольору у сучасній англійській мові через аналіз номінативних одиниць у каталогах косметичної продукції. Особливу увагу приділено емотивно-оцінному компоненту колірних концептів.

Ключові слова: *концептуалізація кольору, асоціативні впливи, номінативні одиниці, емотивно-оцінний компонент.*

Лексеми на позначення кольорів утворюють складні за будовою колірні концепти, що характеризуються багаторівневою семантичною структурою. Незмінною основою для концептуалізації кольору виступає природний денотат, на чому наголошують такі вчені, як А. Вежбицька, Т. Венкель. У той же час колірний концепт має розгалужену систему вторинних значень, важливість яких також ставала об'єктом лінгвістичних досліджень (Р. Фрумкіна, П. Яньшин).

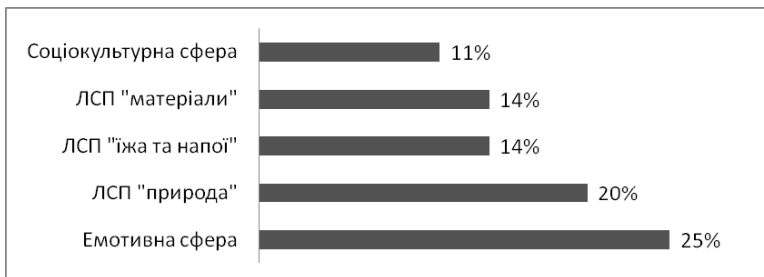
При вивченні концептуалізації кольору дослідники переважно застосовували контекстуальний та соціолінгвістичний аналіз базових кольоропозначень (Basic Color Terms). Предметом нашого дослідження є номінативні одиниці на позначення відтінків кольору (Elaborate Color Terms) [Steinvall, 2002]. Актуальність цього дослідження полягає у тому, що характеристики колірних концептів розкриваються через вивчення асоціативних впливів, актуальних при формуванні вторинних кольороназв,

значна частина яких є новоствореними. Це дозволяє охарактеризувати вагомі асоціативні компоненти колірних концептів та розглянути динаміку розвитку колірної картини світу.

Матеріалом дослідження є сучасні рекламно-інформаційні текстові утворення, у цій статті висвітлені особливості одного з них – каталогів косметичної продукції.

При опрацюванні матеріалу релевантним є поділ номінативних одиниць на усталені, які регулярно вживаються у промисловості на позначення відтінкових кольорів (наприклад *Slate Blue*, *Lavender*, *Salmon*, *Teal*), та оригінальні, притаманні тільки продукції певної компанії (*Ready-To-Beige*, *Nude Luminescence* у каталогах Dior, *Tickle Me Tinsel*, *Babydoll Pink* у назвах продукції SensatioNail). Оригінальні кольороназви є одиницями вторинної номінації, при формуванні яких ключову роль відіграє мотивація мовця [Колоколова, 2010]. Характерною рисою каталогів косметичної продукції є велика кількість (90 % від загальної кількості) новостворених колірних найменувань, що зумовлює новизну проведеного дослідження.

Усього було опрацьовано 150 номінативних одиниць, узятих із косметичних каталогів. Ми проаналізували семантичну структуру кольороназв та виділили основні лінгво-концептуальні сфери, асоціативні зв'язки з якими є актуальними для формування кольороназв. Це дало можливість охарактеризувати елементи колірних концептів, вербалізовані у номінативних одиницях кольору. Наведемо діаграму, у якій відображене відсоткове співвідношення сфер асоціативних впливів:



При розгляді НО⁶ з емотивно-оцінним значенням необхідно розмежувати два типи одиниць: для першого типу властива чітка емотивна та оцінна семантика, вербалізована через оцінні прикметники або лексеми, що описують емоції. Ці НО становлять 25% від загальної кількості кольоронайменувань у косметичних каталогах. В одиницях другого типу емотивна та оцінна семантика накладається на їхнє денотативне значення та формує вторинні конотації. Такі конотації складно розпізнати, оскільки вони не завжди виявляються на вербальному рівні. До другого типу можливо зарахувати переважну більшість НО, що є підставою для виокремлення емотивно-оцінного складника у концепті кольору. Тому при аналізі асоціативних впливів на концептуалізацію кольору ми звертали особливу увагу на емотивно-оцінний складник колірних концептів.

Кольоронайменування у косметичних каталогах можна умовно поділити на дві групи за знаком оцінки: з яскраво вираженою позитивною оцінкою (*Hottie, Lucky, Enchanted*) та з амбівалентними оцінними конотаціями (*Bittersweet, Guilty Pleasure*). При цьому позитивно марковані лексеми мають дуже високий ступінь інтенсивності (*In a Trance, Enchanted, Cappuccino Delight*). Примітно також те, що негативно забарвлені лексеми (*Witchy Woman, Guilty Pleasure*) зазвичай психологічно позиціонуються як щось привабливе, ніби "заборонений плід", а отже зазнають семантичної меліорації. Тобто колір у косметичних каталогах концептуалізується позитивно, що можна пояснити використанням рекламних комунікативних стратегій з метою здійснення впливу на покупців, а також позитивним сприйняттям кольору в англomовній культурі.

Емотивно забарвлені одиниці у рекламному дискурсі можуть включати такі слоти: мода та стиль (*Trendy Taupe, Plum Couture*) флірт і спокуса (*Flirty Brown, Gold Me Tight*), сфера сексуальності (*Cabana Boy, Spoiled Diva, Guilty Pleasure*), кохання (*Love Struck, Love Bite, Mi Amor*). Такі асоціативні впливи пояснюються зверненням до цільового сегменту аудиторії та функціональним при-

⁶ НО – номінативна одиниця.

значенням косметики. Слідом за Charlotte Tilbury, *"Beauty is power, and makeup is something that really enhances that"* [Tilbury, 2013], отожд косметика набуває конотацій краси та моди.

Також у концептуалізації кольору присутній компонент "жінка та жіночність", представлений такими НО, як *Nymph, Mermaid, Queen of Green, Sun Goddess* тощо. Позитивна оцінка кожної НО свідчить про те, що слот "жінка" у концептуалізації кольору має яскравий, інтенсивний аксіологічний компонент.

Отже, у концептуалізації кольору присутній позитивний оцінний слот, що є характерним для рекламного дискурсу. Позитивна оцінка невід'ємна від емотивного забарвлення та поєднується з такими компонентами, як мода та стиль, спокуса, сексуальність, кохання, жінка та жіночність. Ці властивості колірних концептів сформовані у сфері рекламного дискурсу і ілюструють ідею про те, що косметика перетворює жінку на красуню, підвищує її звабливість, сприяє налагодженню любовного життя.

Наступним асоціативним компонентом колірних концептів є сфера "природа". Номінативні одиниці, пов'язані з природними референтами, займають 20 % від загальної кількості кольороназв у косметичних каталогах. Переважно це стабільні референти: рослинність для зеленого кольору (*Green Tropic, Jungle*), вода для синього кольору і його відтінків (*Ocean Sparkle, Pop Aquadelic*). Водночас для косметичних каталогів вагомим асоціативним компонентом колірних концептів виступають квіти (*Heirloom Lilac, Moonlit Rose, Pink Bouquet, Taupe Tulips*). Відомо, що концепти квітів є позитивно забарвленими, імплікують жіночність та еротичність [Foundalis, 2002]. З огляду на це можемо вважати, слот "квіти" у структурі колірних концептів накладається на емотивно-оцінний компонент, що корелює з рекламними стратегіями косметичних каталогів.

Також асоціативною складовою колірних концептів можна вважати сферу "їжа та напої". Серед НО, що виникли на основі ЛСП "їжа та напої" (14 %), найчастотнішими є дві семантичні групи: "фрукти і ягоди" та "алкогольні напої". Гастрономізми у концептуалізації кольору актуалізують не тільки референтну

подібність, а й імпліковану семантику флірту і спокуси (*Barefoot Berry, Orange Crush, Pink Champagne, Juicy Sangria*).

У косметичних каталогах навіть НО за участю ЛСП "декоративні матеріали" (14 %), які ґрунтуються на суто денотативному значенні, набувають емотивного забарвлення. Наприклад, метал *steel* розкриває несподівані семантичні відтінки за допомогою гри слів у номінації *Steel a Kiss*, а лексема *bronze* входить до асоціативного словосполучення *Bronzy Night*. Отож, можемо стверджувати, що при здійсненні концептуалізації кольору у косметичних каталогах навіть такі складові, як їжа та напої і декоративні матеріали, актуалізують позитивну оцінку, емотивне забарвлення, складні асоціативні зв'язки.

Соціокультурний слот колірних концептів розкривається переважно через НО з семантикою розваг (11 %). Ці кольороназви мають високий асоціативний потенціал, більш чи менш виражені конотації флірту, вечірок, танців, "виходу в світ" (*Disco Fever, Splurge, RockOut, Evening Dress*). Соціокультурний компонент колірних концептів у косметичних каталогах розкривається через позитивне сприйняття розваг, прийнятих в сучасному соціумі.

Необхідність впливу на реципієнта приводить до намагання сформувати номінативні одиниці з нестандартною зовнішньою структурою та неочікуваним змістом. Їхній аналіз дозволяє охарактеризувати ті асоціативні компоненти колірних концептів, які базуються на зіставленні семантично далеких понять. Тому у цій роботі ми проаналізували прийоми, які увиразнюють НО кольору: предикацію, гру слів, утворення лексичних неологізмів та формування НО з високим асоціативним потенціалом.

Важливим лінгвістичним та водночас риторичним прийомом є формування номінативних одиниць на основі предикації. Як правило, предикативні НО мають форму коротких імперативних речень (*Rock My Emerald, Call Me Violet, Light Em'Up*), хоча іноді зустрічаються двочленні конструкції (*Now You See Me*). Характерно, що імперативні одиниці часто актуалізують асоціативний слот розваг (*RockOut, Beat the Heat, Light Em'Up*). Предикативні одиниці значно розширюють концепти кольорів, дозволяючи реципієнтам укладати більш-менш вільні асоціативні ряди.

У цьому дослідженні ми розуміємо гру слів як риторичний прийом, метою якого є "створення певних фонетико- та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтуються на зіставленні й перекладі, обігранні близькозвучних або однозвучних мовних одиниць з різними значеннями" [Тараненко, 1997]. Проаналізований матеріал дає можливість виокремити два різновиди гри слів, застосовані у косметичних каталогах. Перший полягає у формуванні двокомпонентної НО, складові частини якої мають фонетичну подібність, що може виникати на основі алітерації (*Mauve Maven, Taupe Tulip*) або римованої структури (*Queen of Green, Teenie Bikini, Beat the Heat*). Чим більш близькозвучними є компоненти номінації, тим краще вона запам'ятовується і тим більш позитивним є її сприйняття.

Другий механізм гри слів ґрунтується на фонетичній подібності семантично далеких лексем, одна з яких заміщує іншу у складі номінативної одиниці, напр. *Steel a Kiss, Miss Behave, Gold Me Tight*. Такі одиниці є модифікаціями усталених висловів, які зазнають подальшого семантичного розвитку. Ефект "зіткнення" різних семантичних полів, який неодмінно виникає при сприйнятті таких НО, є доказом взаємонакладання денотативних та емотивно-оцінних складових колірних концептів. Скажімо, у НО *Steel a Kiss* фраза *steal a kiss* із яскравими конотаціями флірту отримує додаткову референтну семантику шляхом заміни однієї літери. Подібним чином номінація *Gold Me Tight* має колірне значення, невіддільне від асоціативного компоненту з семантикою любовних переживань (*hold me tight*), що взаємонакладаються в результаті гри слів.

Ще одним способом привернення уваги реципієнта є неологічні НО, при утворенні яких також зіставляються далекі семантичні поля, але це відбувається в межах однієї лексики, що поглиблює ефект оригінальності та нестандартності. Тут колірний слот накладається на позитивний оцінний (*Mauvelous: mauve та marvelous*), емотивний з сексуальною семантикою (*Camo-Sutra: camouflage та Kamasutra*) чи новий відтінок (*Infra-Rose*).

Характерною рисою асоціативних впливів на концептуалізацію кольору є розвиток складного, розгалуженого асоціативного

ряду, часто за участю образних та метафоричних компонентів. Крім того, високий рівень асоціативності досягається поєднанням семантично далеких сфер. При аналізі вторинних НО підтвердженням цієї думки виступають такі одиниці, як *Barefoot Berry*, *Desert Rose*, *Cappuccino Delight*, складені з двох елементів, з яких один актуалізує своє предметне денотативне значення, а другий є носієм оцінності, образності, поетичності. Також у каталогах косметичної продукції присутня відносно велика кількість НО, до складу яких входить тільки образний, метафоричний компонент: *Midnight Magic*, *Mystique*, *Dreamer*, *Destiny*. У цьому випадку асоціативний потенціал реалізується через накладання абстрактної семантики на колірний концепт.

Ще однією рисою номінації кольору у косметичних каталогах є звертання до розмовного реєстру через вживання сленгових лексем (*Hottie*, *RockOut*, *Light Em'Up*). Наприклад, дієслово *Chillax* подається в онлайн-словнику слів і фраз англomовного сленгу *Urban Dictionary* як *to chill and relax simultaneously* [Urban Dictionary, 2015]. Ефект "наближення" має вплив не тільки на концептуалізацію кольору, а й на успішне здійснення рекламних стратегій, є свідченням того, що концептуалізація кольору – це процес динамічний, пов'язаний зі змінами суспільного і лінгвістичного характеру. Метою заниження реєстру є входження в культурно-комунікативний простір реципієнта, створення ілюзії спільних цінностей та поглядів, що сприяє підвищенню популярності косметичного бренду.

Таким чином, серед основних асоціативних слотів колірних концептів виділяються позитивні емоції, квіти, їжа та напої, природа, декоративні матеріали та розваги. Емотивно-оцінний слот має особливе значення у концептуалізації кольору в межах рекламного дискурсу. В поєднанні з такими компонентами, як любов і пристрасть, жінка та жіночність, мода і стиль досягається стратегічна мета виробника – створити привабливий імідж товару, що рекламується.

Асоціативні складники колірних концептів актуалізуються при утворенні оригінальних кольороназв, що можуть ґрунтуватися на грі слів, бути вербалізованими через сленгізми, неологі-

зми, а також предикативні конструкції. Характерними рисами колірних концептів є високий емотивно-оцінний потенціал та здатність до утворення складних асоціацій.

Особливості НО кольору у косметичних каталогах корелюють із загальними стратегіями рекламного дискурсу, які застосовують косметичні бренди, і водночас відображають асоціативні впливи на концептуалізацію кольору у сучасному англомовному континуумі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колоколова А. О. Лінгвокогнітивний аспект дослідження вторинної номінації [Електронний ресурс] : [DSpace.univer.kharkov.ua] / А. О. Колоколова. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – 2010. <http://dspace.univer.kharkov.ua/xmlui/handle/123456789/2788>
2. Тараненко О. О. Гра слів / О. О. Тараненко // Культура слова. – 1997. – Вип. 50. – С. 37–41.
3. Foundalis H. E. Evolution of Gender in Indo-European Languages / Harry E. Foundalis // Proceedings of the Twenty-fourth Annual Conference of the Cognitive Science Society. – August 2002. – Fairfax, Virginia.
4. Steinvall A. English Colour Terms in Context [Електронний ресурс] / Anders Steinvall. – Umea universitet. – 2002. – Режим доступу: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:144764/FULLTEXT01.pdf>
5. Tilbury Charlotte. Interview to Into the Gloss. [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу: <http://intothegloss.com/2013/05/charlotte-tilbury-makeup-artist/>
6. Urban Dictionary [Електронний ресурс] : (онлайнний словник слів та фраз англомовного сленгу). – 1999–2015. – Режим доступу: <http://www.urbandictionary.com>.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. А. Соколенко, магістрант

Інститут філології КНУ ім. Тараса Шевченка, г. Київ

Характеристика ассоциативных влияний на концептуализацию цвета (на материале каталогов косметической продукции)

В статье рассматриваются ассоциативные влияния на концептуализацию цвета в английском языке через анализ номинативных единиц в каталогах косметической продукции. Особое внимание уделяется эмотивно-оценочному компоненту концептов цвета.

Ключевые слова: концептуализация цвета, ассоциативные влияния, номинативные единицы, эмотивно-оценочный компонент.

O. Sokolenko, Master Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Associative influence on color conceptualization
(based on cosmetic catalogues)**

The article highlights associative influences on color conceptualization via the analysis of nominative units from cosmetic catalogues. Attention is paid to emotive and evaluative component of color concepts.

Keywords: color conceptualization, associative influence, nominative unit, emotive and evaluative component.

УДК: 81'255.4=111=161.2

Ю. В. Соловей, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

**ВІДТВОРЕННЯ ІДІОСТИЛЮ ДЖУЛІАНА БАРНЗА
В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ПЕРЕКЛАДІ
РОМАНУ "THE SENSE OF AN ENDING"**

Статтю присвячено дослідженню авторського стилю Джуліана Барнза в перекладознавчому та лінгвостилістичному аспекті. Розглянуто основні мовностильові прийоми письменника та стратегії їх відтворення українською мовою.

Ключові слова: ідіостиль, лінгвостилістичний аналіз тексту, стратегія перекладу.

Актуальність роботи зумовлено необхідністю подальшої розробки та обґрунтуванні теоретичних засад перекладу постмодернових творів й визначення критеріїв адекватності перекладу текстів художнього дискурсу загалом. Нагальною видається проблема пошуку засобів адекватного відтворення унікального ідіостилу автора.

Предметом дослідження виступають лінгвостилістичні та композиційні особливості авторського стилю Джуліана Барнза, які визначають стратегії перекладу його творів.

Об'єктом розвідки є ідіостиль класика сучасного британського постмодернізму Джуліана Барнза.

Матеріалом дослідження розвідки став яскравий зразок британського постмодерністського художнього дискурсу – твір "Відчуття закінчення" та його переклад українською мовою Віри Кузнецової.

Наукова новизна статті полягає у тому, що дане дослідження є першою у вітчизняному перекладознавстві спробою комплексного аналізу мовностильових та культурно-специфічних рис роману лауреата Букеровської премії 2011 року Джуліана Барнза та стратегій їх відтворення в друготворі Віри Кузнецової.

Сучасні вчені-лінгвісти активно займаються дослідженням художнього дискурсу, зокрема, його жанровою варіативністю і аналізом неповторного авторського стилю. Це питання є відкритим для перекладознавчих студій, актуальне завдання – досягнення комунікативно-прагматичної рівноцінності тексту оригіналу й перекладу.

Останнім часом значна кількість художніх творів розглядається із позицій когнітивної лінгвістики. За твердженням українських філологів, зокрема О. Дойчик, використання здобутків когнітивної лінгвістики для вивчення ідіостилу Дж. Барнза як непересічної особистості сучасної постмодерністської прози дозволяє кваліфікувати портрет письменника як культурно-ментальний, опосередкований у художньому тексті, який відображається у специфіці персонально-авторської концептуалізації реальності й детермінується системою особистих цінностей [3:4]. Художня картина світу інтегрує пізнання митця про світ під певним кутом осмислення і являє собою індивідуально-авторську систему концептів.

На думку відомої австралійської дослідниці Елізабет О'Райлі [2:2], проза Барнза елегантна, дотепна і грайлива, він часто використовує методи, пов'язані з постмодернізмом – "ненадійні оповідачі", самосвідомий мовний стиль, інтертекстуальне змішування різних оповідних форм, які слугують переднім планом процесу творення літератури, проміжною ланкою між досвідом та мовою і суб'єктивністю істини і реальності. Однак, незважаючи на ці грайливі експерименти з мовою, стилем та формою, проза Барнза також ґрунтується на психологічному реалізмі, а теми, які він порушує, є глибинними та чутливими: він часто звертається до при-

роди любові, зокрема, її темної сторони, досліджуючи здатність людства до ревності, одержимості та невірності, разом з постійними пошуками справжньої любові [2:2]. Ознаки автобіографічного у творі є відображенням не тільки новизни епістеміологічної картини світу, але і сучасної художньої практики.

Важливим показником ідіостилю автора є стильова домінанта, яка допомагає визначити необхідні параметри для відображення ідіостилю в перекладі. Домінантою ідіостилю Дж. Барнза вважається **драматичність** як конфігурація авторської світоглядної оціночної позиції. Вона реалізується у текстах романів за допомогою мовних засобів лексичного і синтаксичного рівнів. Також у текстах романів Дж. Барнза спостерігаємо всеохоплюючу **іронію** на базі взаємопов'язаних дистантних контекстів і позатекстової інформації:

"Shall we start with you, Finn? Put simply, what would you say this poem is about?"

Adrian looked up from his desk.

'Eros and Thanatos, sir.'

'Webster, enlighten us further.'

'I just thought it was a poem about a barn owl, sir' [10:6].

Почнімо з вас, Фін. Просто скажіть, про що, на вашу думку, йдеться в цьому вірші?

Едрієн підвів очі зі своєї партії.

Про Ерос і Танатос, сер.'

'Вебстер, просвітїть нас глибше.'

'Я лише гадав, що цей вірш – про сипуху, сер' (переклад В. Кузнецової). Далі в романі "Відчутті закінчення" Барнз іронічно висловлюється про літературу, вдаючись до прийому стилістичного контрасту та парцеляції:

The things Literature was all about: love, sex, morality, friendship, happiness, suffering, betrayal, adultery, good and evil, heroes and villains, guilt and innocence, ambition, power, justice, revolution, war, fathers and sons, mothers and daughters, the individual against society, success and failure, murder, suicide, death, God. And barn owls [10:15].

Речі, про які йдеться в Літературі: кохання, секс, моральність, дружба, щастя, страждання, зрада, перелюбство, добро

й зло, герої й злочинці, провина й невинність, шанобство, влада, справедливість, революція, війна, батьки й діти, матері й доньки, особистість проти суспільства, успіх і невдача, вбивство, самогубство, смерть, Бог. І сипухи (переклад В. Кузнецової).

Знову-таки, у цьому уривку, іронія відтворюється в перекладі не лише за допомогою протиставлення речення "І сипухи" з попереднім реченням, так і за рахунок перегукування з попереднім контекстом "про сипуху". Весь текст роману наскрізь пронизаний іронією:

The next day, I took a milk jug she'd given me down to the Oxfam shop. I hoped she'd see it in the window. But when I stopped to check, there was something else on show instead: a small coloured lithograph of Chislehurst I'd given her for Christmas [10:38].

Наступного дня я відніс глечик для молока, який вона мені подарувала, до крамниці Оксфам. Я сподівався, що вона побачить його у вітрині. Та коли я спинився, щоб перевірити, то натомість побачив у вітрині децю інше: маленьку кольорову гравюру Чіслгерсту, яку я подарував їй на Різдво (переклад В. Кузнецової). Більшість робіт Джуліана Барнза характеризує **скептицизм відносно загальної історії** та претензії на істину [6:57]. Застосовуючи тенденцію постмодернізму, він висловлює свої сумніви з приводу ідеї метанаративу; постає питання, що стосується однозначних відповідей і теорій. Його проза є дискурсом про можливість людини для досягнення повного знання і прийняття усієї так званої істини. Оповідач, за його словами, є ненадійним джерелом, тому він створює інтертекстуальну прозу, грає з мовою, мовними формами, користується незвичайними видами символів і деконструє роль письменника. Ця експериментальна форма письма дозволяє йому підкреслити питання неповноти фактів, минулого і самого поняття історії, але такий метод сприймається неоднозначно.

Віра в об'єктивність історичних джерел висміюється, циклічність історії зображується як пародійні повтори сюжетів, позиціонування історичної науки як скупчення дат, що також піддається осміянню у романі.

"History is that certainty produced at the point where the imperfections of memory meet the inadequacies of documentation" [10:59].

"Історія – це та правдивість, яка виникає в точці зіткнення вад пам'яті з браком документальних свідчень" (переклад В. Кузнецової).

Методи визначення ідіостилю автора включають у себе комплексний контекстуальний аналіз оригінальних текстів, зіставлення граматичних і мовних одиниць у текстах оригіналу і перекладу, використання дискриптивного методу при виникненні труднощів. Проблема перекладу твору завжди пов'язана з проблемою збереження індивідуального стилю автора і стилю самого художнього твору. Адекватне відтворення ідіостилю автора досягається за допомогою аналізу *багатовимірної системи тропів* автора.

Особливості перекладу тропів полягають у тому, що перекладач має знайти відповідники вихідній мові, проаналізувавши семантику тропів, їх структуру та особливості вживання, поділити на традиційні і суто авторські, максимально адекватно перекласти їх, не втративши емоційно-експресивного та образного змісту. Це неминуче веде до застосування перекладацьких прийомів вилучення, додавання, калькування, описового перекладу.

Художній переклад неможливий без засобів оформлення тексту, тому широко застосовуються експресивні мовні засоби, стилістичні прийоми та образні тропи. Переклад тропів – це багаторівневий процес, на меті якого є пошук у мові перекладу рівноцінних елементів на відповідних рівнях функціонування художнього мовлення, змістовна та емоційна цілісність яких знаходилась би у еквівалентних стосунках з образними тропами оригіналу [5:245].

Як і будь-якій інший постмодерновий твір, аналізований роман пронизаний алюзіями. Навіть якщо подивимось на назву роману – "Відчуття закінчення" ("The Sense of an Ending"), Барнз запозичив його з однойменної книги літературознавця Френка Кермоуда, що представляє собою цілий цикл лекцій, у яких проаналізовано взаємозв'язок прози (від Платона до Вільяма Берроуза) з уявленням про кризу, хаос та апокаліпсис. Твір побудовано відповідно до авторових поглядів на антонімію "офіційне/приватне". Є, так би мовити, "офіційна версія" життя, а є "приватна історія" [4:2].

May you be ordinary, as the poet once wished the new-born baby [10:144].

Будь звичайним, як побажав колись поет новонародженому дитині (переклад Віри Кузнецової).

Цитується вірш, написаний Ф. Ларкіним у 1954 р. з нагоди народження Саллі Еміс, молодшої сестри письменника Мартіна Еміса.

And then, as the relationship continued, there were certain implicit trade-offs, some based on whim, others on promise and commitment – up to what the poet called "a wrangle for a ring" [10:22].

А по тому, з продовженням стосунків, з'являлися певні неявні компроміси, деякі з них ґрунтувалися на примсі, інші – на обіцянці чи зобов'язанні – аж до оспіваного поетом "герцю за обручку" (переклад В. Кузнецової).

"Герць за обручку" – фраза із вірша англійського поета, прозаїка та джазового критика Філіпа Ларкіна "Annus Mirabilis" – створює на увазі натяк на інтимний досвід ліричного героя у 1960-х рр.

As the poet pointed out, there is a difference between addition and increase [10:88]. Як наголосив поет, є різниця між додаванням і зростанням (переклад В. Кузнецової).

Це висловлення є перефразованою цитатою із вірша Ф. Ларкіна "Докері і син", що розповідає про смерть друга, у котрого приблизно у дев'ятнадцять років народився син, і про незворотньо втрачені можливості.

З вищесказаного випливає, що завдання перекладача значно ускладнюється, якщо перед ним постмодерновий твір, який є багатовимірним не лише для перекладу, а й для прочитання та розуміння. В першу чергу, це зумовлено інтертекстуальністю, оскільки першотвір є фактично мозаїкою інших текстів, системою посилань і може перегукуватися з ними як на лексичному, так і на синтаксичному рівні. Виникає необхідність не лише виявити тексти, на які здійснюються ці самі посилання, але й правильно відобразити в перекладі взаємозв'язок із ними.

Джуліан Барнз передає сутність твору через **метафорику та використання символів**. Щоденник Едріана стає влучною метафорою, коли Барнз, як автор, розкриває секрети і почуття, що нарешті приводять читача до дивовижної істини.

На нашу думку, символом виступає прізвище оповідача – Вебстер – за відомим словником; тим підкреслюється, що головний герой намагається знайти значення, здогадатися про сутність життєво важливих речей, таких як пам'ять і істина. Помилкою було б вважати, що твір "Відчуття закінчення" попереджає читача про відчуття смерті, що наближається. Скоріш, назва містить натяк на те, що будь-який фінал є ненадійним. Сюжет роману, як і сприйняття історії життя, влаштований за принципом бумерангу. Усі події першої половини роману повертаються до героя у другій половині, і коли події наздоганяють оповідача, стає незрозумілим, що з цим робити.

Метафори у романі письменника розширюються та іноді перетворюються на образи-символи. Центральним символом роману є прилив на річці Северн:

For an hour or two we observed the river flowing gently down to the sea as all good rivers do. The moon's intermittent lighting was assisted by the occasional explorations of a few powerful torches. Then there was a whisper, and a craning of necks, and all thoughts of damp and cold vanished as the river simply seemed to change its mind, and a wave, two or three feet high, was heading towards us, the water breaking across its whole width, from bank to bank. This heaving swell came level with us, surged past, and curved off into the distance; some of my mates gave chase, shouting and cursing and falling over as it outpaced them; I stayed on the bank by myself... It was more unsettling because it looked and felt quietly wrong, as if some small lever of the universe had been pressed, and here, just for these minutes, nature was reversed, and time with it [10:35].

Впродовж однієї чи двох годин ми спостерігали, як вода вливалася в море, як роблять усі нормальні річки. Перепадисте місячне сяйво доповнювали періодичні спалахи кількох потужних смолоскипів. А по тому було шепотіння й витягання в'язів, і всі думки про вогкість і холоднечу зникли, щойно річка, здавалося, просто передумала, й хвиля заввишки у два чи три фути попрямувала просто на нас, розриваючи течію всією своєю шириною, від краю до краю. Цей здійснений бриж зрівнявся з нами, прорвався крізь нашу групу і завернув коліном удалечінь; дехто з моїх приятелів погнався

за хвилию, лементуючи, кленучи й спотикаючись, коли вона випереджувала їх; я залишився на березі сам... Це було тривожно, бо виглядало досить неправильно, немовби хтось натиснув на якийсь невеликий важіль, і тут, лише на три хвилини, природа переінакшилася, й час укупі з нею (переклад В. Кузнецової).

Як основну метафору Барнз вводить образ часу, що фізично повернувся назад. Приливна хвиля – природний феномен – має таку надзвичайну силу і могутність, що змушує річку змінити свій напрям. Ця метафора символізує повернення часу назад. Сторінка щоденника та лист, повернуті головному герою наприкінці твору, змушують час повернутися назад. Несподівано стає ясно, що історія не про загиблого друга Едріана, а про самого Тоні. І, що є більш важливим – він, який вважав себе безвольним стороннім глядачем, що все життя пливе за течією, є головним героєм власного життя, і для інших він значив набагато більше, ніж думав. Його лист у минулому, давно забутий, перетворив життя декількох людей. Погляд на минулі події з точки зору старості і молодості дає ясно зрозуміти, що не тільки фізичні закони, але й пам'ять керує часом.

Інша метафора, також символізує час:

Another detail I remember: the three of us, as a symbol of our bond, used to wear our watches with the face on the inside of the wrist. It was an affectation, of course, but perhaps something more. It made time feel like a personal, even a secret, thing [10:6].

Пригадую ще одну деталь: ми втрох, на знак єдності, носили кишенькові годинники лицем до внутрішнього боку зап'ястка. Звісно, це було позерством, але, можливо, й чимось більшим. Так час чувся нам особистою, навіть таємничою річчю (переклад В. Кузнецової).

Колись, ще у школі, Тоні та його друзі носили годинник на внутрішній стороні зап'ястка, щоб показати, що володіють власним часом. Тоді Едріан переконував їх, що це хлоп'яцтво. Проте у фіналі твору годинник все ще повернутий до внутрішнього боку зап'ястка – автором створено гіпертекстовий зв'язок, який повністю відтворено в перекладі:

I know this much: that there is objective time, but also subjective time, the kind you wear on the inside of your wrist, next to where the pulse lies [10:122].

Я знаю от що: існує об'єктивний час, але також і суб'єктивний час, той, який ви носите на внутрішньому боці зап'ястя, поряд із пульсом (переклад В. Кузнецової).

Відтворення метафор відбувається з урахуванням структурних характеристик, тобто з акцентуванням уваги на метафоричний контекст. Зазвичай, метафори є власне авторськими, і це потребує від перекладача певного зосередження зусиль на якісній передачі цих тропів з урахуванням цільової аудиторії. Особливу проблему, на думку перекладознавців, створюють метафоричні одиниці, принцип побудови яких відмінний у мові оригіналу і мові перекладу. Але у "Відчутті закінчення" домінують метафори, до яких можливо застосувати повний переклад: традиції вираження емоційно-оціночної інформації у двох мовах співпадають.

Численні риторичні запитання зустрічаються протягом усього твору, оскільки роман містить ознаки філософського:

How often do we tell our own life story? [10:95]

Як часто ми розповідаємо історію власного життя (переклад В. Кузнецової).

They say time finds you out, don't they? [10:79]

Як то кажуть, час дає відповідь на всі питання (переклад В. Кузнецової).

But if we can't understand time, can't grasp its mysteries of pace and progress, what chance do we have with history – even our own small, personal, largely undocumented piece of it? [10:60]

Але якщо ми не можемо зрозуміти час, не можемо досягнути таємниці його поступу, які шанси ми маємо щодо історії – навіть нашого власного маленького, особистого, здебільшого незадокументованого її шматочка? (переклад В. Кузнецової).

Варто зазначити, що у відтворенні ідіостилю письменника зазвичай не виникає труднощів, коли йдеться про переклад синтаксичних структур, таких як інверсія, риторичне запитання тощо, тоді як емоційно-забарвлені лексеми, образи-символи та відтворення інтертекстуальних зв'язків роману може стати справжнім

викликом. Незважаючи на прагнення перекладача повністю відтворити змістову, емоційно-експресивну цінність першотвору, а також домогтися рівнозначного з оригіналом впливу на читача, перекладачеві можна розраховувати лише на відносну еквівалентність художнього перекладу тексту оригіналу.

В творчості письменника простежуються *інтертекстуальні зв'язки з власними творами*. Специфіка тексту перекладу полягає в тому, що він онтологічно є вторинним текстом щодо оригіналу: оригінал розглядається як прототекст, переклад – як метатекст. Ця невід'ємна риса перекладу спричиняє залежність ідіостилю перекладача від ідіостилю автора. Творчість перекладача обмежується свідомим підпорядкуванням своєї особистості під ідіостиль автора. Дж. Барнзу вдається відтворити у своїх творах епоху постмодернізму у світогляді, іронічно зображуючи типові образи, ситуації та деталі часу. Якщо в автора історичного роману опис перетворюється на його історичне дослідження, то у Дж. Барнза міркування про природу пам'яті, часу і історію набувають антропологічної широти. Автор проаналізованого роману створює картину буття особистості в Англії з 1960-х до 2010-х років, і виявляється одночасно і прибічником традицій історичного роману, і хрестоматійним письменником постмодернізму, який реалізує теоретичні постулати в творі на сюжетному та структурному рівнях. Роман Барнза не містить простих і ясних відповідей на питання, що з'являються у читача. Ентоні здійснив свою подорож в часі, але, за словами інтелектуала Едріана, *"Минуле – це точка, де зустрічається недосконалість пам'яті з неадекватністю документування"* [11:110].

Філософські концепти відображають авторське розуміння картини світу. У романі змінюється жанрова позиція, поступово переноситься акцент з пастиша, з гри формами – на психологію людини; на перший план виходять взаємини оповіді про реальність і самої реальності, а також теперішнього часу і минулого, посередником між якими виступає індивідуальна і колективна пам'ять.

Відтворення ідіостилю Дж. Барнза в перекладі вимагає глибокого розуміння і панорамного бачення авторської картини світу,

репрезентованої в його творі. Мовностильові прийоми є найвагомішою частиною ідіостилу, що надає творчості письменника неповторного звучання і визначає її оригінальну форму.

Стратегії перекладача щодо відтворення ідіостилу автора повинні підпорядковуватися меті адаптації до стилю оригіналу. Задля досягнення стилістичного балансу двох текстів необхідно зберігати абсолютну стилістичну рівноцінність першотвору та перекладу.

Серед основних ознак авторського стилю Джуліана Барнза можна перерахувати наступні: *звернення до традиції колажного постмодерністського письма, експеримент із різними жанровими формами, гіпертекстуальність, іронічне ставлення до історії*.

Перекладач постмодернового художнього твору повинен відчувати, що відбувається за межами тексту, повинен вміти бачити загальний контекст. Очевидною проблемою перекладу твору є зміна контексту – переклад існує в зовсім іншій системі культурних стереотипів, уявлень, реалій, ніж оригінал. З одного боку, існує концепція буквалізму, прагнення зберегти дослівну відповідність, з іншого – смисловий переклад, тобто відтворення змісту оригіналу у формі, що властива приймаючій мові. Завдяки аналізу стильових домінант та комунікативних стратегій автора можливо усвідомити змістовність форми твору. "Зв'язок змісту та вираження в художньому творі настільки міцний, що його переклад в іншу систему запису, по суті, є вагомим для змісту" [7:206]. Такий функціональний погляд на переклад допомагає усвідомити причини застосування тієї чи іншої перекладацької стратегії у кожному конкретному випадку і тому може слугувати теоретичною базою для аналізу передумов і механізму перекладацького вибору.

Адекватність перекладу залежить від розуміння перекладачем ідейно-художніх домінант ідіостилу автора, що проявляються в мовностилістичних засобах вираження. Вилучення однієї з ланок цього зв'язку неминуче призводить до викривлення ідіостилу. Задля досягнення адекватності перекладу необхідно зберегти вищеперераховані ознаки авторського стилю Джуліана

Барнза, які, переважно, є характерними для сучасного британського постмодернового дискурсу в цілому. На нашу думку, перекладачці, попри поодинокі випадки неточності у відтворенні метафорики та вживання діалектизмів в перекладі роману, вдаюся повністю відтворити авторський задум.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Guignery Vanessa*. The Fiction of Julian Barnes (Readers' Guides to Essential Criticism) (annotated Edition) – Hardcover, 240 Pages, Published 2006.
2. *O'Reilly Elizabeth*. Critical Perspective. British Council. The United Kingdom's international organization for cultural relations and educational opportunities. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://literature.britishcouncil.org/julian-barnes>
3. Дойчик О. Я. Ідіюстиль Джуліана Барнса у лінгвоконцептуальному вимірі: автореф. дис... канд. філол. наук / О. Я. Дойчик. – Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2012. – 20 с.
4. Желєзна Ю. Everyday is Sunday, або Нестерпна легкість буття Джуліана Барнза. – ЛітАкцент. – 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://litakcent.com/2014/07/07/everyday-is-sunday-abo-nesterpna-lehkist-buttja-dzh-barnza/>
5. Казакова Т. А. "Художественный перевод. Теория и практика" / Т. А. Казакова. – СПб: Инъязиздат, 2008. – 535 с.
6. Лебедева О. В. Образ истории в новеллистике Джулиана Барнса. – Вестник Новгородского государственного университета. – № 73. Т. 1. – 2013. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.novsu.ru/file/1082706>
7. Лотман Ю. М. Лекции по структуральной поэтике // Ю. М. Лотман и тагтуско-московская семиотическая школа. М.: "Гнозис", 1994, С. 210–257. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/lotlek/index.php
8. Самигуллина А. С. Метафора в когнитивно – семиотическом освещении : автореф. дис. доктора філол. наук.: 10.02.04 "Германские языки", 10.02.19 "Теория языка" / А. С. Самигуллина. – Уфа, 2008. – 41 с.
9. Федоров А. Б. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков / А. Б. Федоров. – [Учеб. Пособие]. – 5-е изд. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002. – С. 32–59.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Julian Barnes. The Sense of an Ending. – Vintage Books, London. – 2012.
2. Джуліан Барнз. Відчуття закінчення / Пер. з англ. В. Кузнецова. – К.: Темпора, 2013.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Ю. В. Соловей, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

**Воспроизведение идиостиля Джулиана Барнса
в украинноязычном переводе романа
"The sense of an ending"**

Стаття посвячена дослідженню авторського стилю Джуліана Барнса в аспекті перекладознавства та лінгвостилістики. Розглянуті основні речестильові прийоми письменника, аналізуються стратегії їх перекладу на українську мову.

Ключевые слова: идиостиль, лінгвостилістичний аналіз тексту, стратегія перекладу.

Y. Solovey, Master Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Julian Barnes's idiostyle reproduction
in the Ukrainian translation of the novel
"The sense of an ending"**

The article is aimed at analysis of Julian Barnes idiostyle in terms of linguistics and translation studies. The main stylistic devices and speech patterns used by the author are considered. Special attention is paid to their rendering into the Ukrainian language.

Keywords: author's style, linguistic and stylistic analysis, translation strategy.

УДК 81'255=111=161.2:791

І. В. Софієнко, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

**ВІДТВОРЕННЯ МОВЛЕННЄВИХ
ПОРТРЕТІВ ІНОЗЕМЦІВ
В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ КІНОФІЛЬМІВ**

Стаття присвячена дослідженню перекладацьких стратегій, які використовують українські кіноперекладачі при відтворенні особливостей мовлення кіноперсонажів. У розвідці висвітлено явище інтерференції іноземного акценту в мовлення кіногероїв, що користуються англійською як мовою міжнародного спілкування, з позицій стилістики та перекладу.

Ключові слова: акцент, мовлення, норма, відхилення від норми, форграундінг, національна приналежність, фонетичний, лексичний та граматичний рівні мови.

У кінематографі усне мовлення є одним зі способів створення образу героя та наділення його особливими, відмінними рисами. В епоху німого кіно (1895–1927), аби виокремити героя з-поміж інших, використовувалися візуальні методи: етнічні або ж колоритні костюми, грим, надмірна сценічна гра, артикуляція обличчя та жестикуляція. Втім, мова "нестандартних" героїв в інтертитрах була унормованою. З винайденням звукового кіно у 1927 році перед режисерами відкрилася можливість виокремлювати персонажів шляхом того, як вони говорять, оскільки голос та мова можуть багато-чого розповісти про героя та його *національну приналежність, соціальний статус, рівень освіченості, особистісні характеристики, емоційний стан та відносини між мовцями у процесі комунікації*.

Виокремлення кіногероя з-поміж інших персонажів у стрічці шляхом наділення його особливими рисами мовлення є умисним, створеним режисером з певною метою, а отже, є стилістичним ходом, який повинен бути відтворений у перекладі. У науковій літературі до проблеми відтворення мовленнєвих особливостей, зокрема іноземного акценту, зверталися О. Ребрій, А. Галас, А. Гудманян, Г. Струк, Т. Андрієнко, утім усі ці дослідження стосуються художньої літератури, а не кінофільмів. Тому проблема дослідження перекладацьких стратегій при відтворенні іноземних акцентів у кіно залишається актуальною у зв'язку з тим, що переважну більшість кінофільмів в українському прокаті становлять іноземні стрічки, які, відповідно до чинного законодавства, мають обов'язково перекладатися шляхом субтитрування, дублювання чи озвучення перед виходом на екран.

Британський дослідник Майкл Полані, на якого посилається у своєму дослідженні Стефано Котроцці, вважає, що інформація, яка передається у відповідності до граматичних правил, є фоновою і не несе жодних відмінних ознак образу персонажу, натомість форгаундингова мова (тобто та, яка виокремлена, підкреслена, наголошена завдяки девіаціям) проливає світло на усі його особливі риси [Cotrozzi 2010, 6–7]. Задля цього творці фільмів вдаються до відхилень від унормованого мовлення персонажів, серед яких ми звертаємо особливу увагу на іноземні акценти в англomовному мовленні персонажів кінофільмів. Тому

мета дослідження – з'ясувати, яким чином перекладачі відтворюють мовлення кіноперсонажів з виразним іноземним акцентом у процесі спілкування англійською мовою в українських перекладах кінофільмів. **Матеріалом дослідження** слугували перекладені українською мовою фільми "Рожева пантера", "Диктатор", "Борат", "Мадагаскар 3".

В. Кочубей дала визначення акценту як "фонетичному явищу, що є динамічною системою відхилень від вимовної норми нерідної для мовця мови, яке виникає внаслідок інтерференції навичок звукового оформлення рідної мови, охоплює всі аспекти звукової будови іноземної мови та розпізнається носіями цієї мови" [Кочубей 2006, 6]. Відтворення акценту в мовленні досягається завдяки певним інструментам, передусім фонетичного характеру, які, втім, можуть доповнюватися також і лексичними та/або граматичними чинниками для підсилення ефекту. Однак образ іноземця у сучасних кінофільмах може передаватися не лише завдяки мовленнєвим акцентам або іншим засобам "спотворення" мови чи мовлення, але і введенням додаткових іноземних мов, які є рідними для персонажів, що грають ролі іноземців. Такі фільми отримали назву "*вавилонські фільми*" або "*поліглотні фільми*" [Rittmayer 2009, 5].

Знання механізмів утворення іноземного акценту в англійській мові допомагатимуть українським кіноперекладачам враховувати фонетичні особливості іноземних мов при подальшому їх перенесенні та відтворенні у рамках фонетичної системи української мови. Деякі особливості зберігатимуть актуальність і в українській мові, а деякі фонетичні розбіжності, які невластиві англійській мові, будуть відповідати нормам фонетичної системи української мови, таким чином змушуючи кіноперекладачів шукати альтернативні шляхи відтворення акценту.

Нижче ми наводимо можливі шляхи відтворення іноземних акцентів у мовленні персонажів кінострічок, які затвердилися у традиціях українського кіноперекладу.

1. Фонетичний рівень відтворення акценту в перекладі:

А) *Підміна певного звуку у слові іншим.* При цьому певний відрізок сюжету не має бути перенасичений вмотивованими помилками, оскільки це суттєво ускладнить розуміння кінотексту. Підмінюватися може як будь-який звук, що не несе жодних

ознак іноземної мови, так і звуки, які несуть у собі характеристики фонетичної системи інтерферуючої мови. Так, приміром, у фільмі "Борат" слово "пустеля" (*desert*), яке герой з Казахстану виголошує з місцевим акцентом (дрижачим, а не ясенним апроксимантом [ɾ], без придихання після глухого звуку [t], а також передньоязиковим звуком [d], а не ясенним зімкнено-проривним), в українському перекладі подається як "пустела" з відтінком грузинського акценту. У фільмі "Диктатор" герой намагається скопіювати манеру говоріння філіппінців, таким чином надаючи певним звукам свистячого характеру (що є характерною особливістю східноазійського акценту): *я сидзу, я казу*, хоча в оригіналі (*I work, I talk*) були порушені правила вимови звуків [ɾ] та [l]. Згодом герой передражнює китайський акцент, говорячи "чолний лепел" (в оригіналі *Logel labbit*) у зв'язку з відсутністю звуку "p" у китайській мові. Персонаж із пустель Близького сходу під час засідання ООН виступає зі словами, порушуючи безліч правил англійської вимови: "*With the help of the U.M., I will draft a new constitution for Wadiya and sign it in five days, on Wadiya's Independence Day*", натомість в українському перекладі фонетичні помилки доповнюються граматичними відхиленнями задля посилення ефекту неправильного мовлення: "*За допомога вася ООМ я понадпісяю на конституцію для Вадії і надпісю її за п'ять днів на Вадійське свято нізалезаності*". У фільмі "Рожева пантера" французький детектив почав брати уроки англійської мови. Оскільки у французькій мові відсутній звук [x], українські перекладачі розіграли його недолугу англомовну вимову "*I would like to buy a hamburger*" з французьким акцентом наступним чином: "*Я б 'отів купити 'амбургер. Я бе 'отів ку-купітИ-БИти 'амбургер... 'амбургур... димбургер... гамбедер... ендеге... гамбуга... гумбургер*".

Б) *Неправильний словесний наголос*. Найактуальнішим цей метод залишається для відтворення акценту французької мови, яка має фіксований наголос на останньому складі. Так, у мультиплікації "Мадагаскар 3" французька "капітин" Дюбуа у перекладі могла говорити цілими реченнями, де наголос падав виключно на останні склади, як-от у випадку "*У сім роков я задушмль свій перш нанэг*" (*When I was seven I strangled my first parrot*).

2. Лексичний рівень відтворення акценту в перекладі:

А) Використання варваризмів, екзотизмів, інтернаціоналізмів або інших іношомовних слів без перекладу чи одомашненого відповідника. Використання у перекладі нерідних для цільової мови слів найкращим чином може відтворити ефект нетутешності мовця. Приміром, у "Мадагаскарі 3" персонаж з французьким акцентом у перекладі говорила *бонжур* (*Hello*), *ореуар* (*good bye*), італійський герой у перекладі вдавався до італіцизмів: *Дайте нам уно хвилинку* (*Just a giva us a'minute,*), *фантастико* (*Isn't that fun?*), *белісімо* (*He's good*), *сі* (*невмотивовано*). Траплялися випадки відтворення певних слів у дубляжі таким чином, як вони звучать у фонетичній системі іноземної мови, з акцентом якої говорив персонаж. Подібна перекладацька стратегія була застосована у "Мадагаскарі 3", коли французенка вимовляла слова *capitan* та *career* на французький лад: *капітин* та *ка-р'єр*. Варваризми, які хоч і не стали загальноновживаними словами у цільовій мові, позначають повсякденні явища чи речі, а тому їхнє значення у перекладі за підтримки зображення та контексту може стати зрозумілим глядачеві. Так, приміром, перекладачі залишають неперекладеним вітання "*Ягушемаш*" (*Jagshemash*) із фільму "Борат", яке використовується польською діаспорою в Казахстані. Поруч із цим у "Диктаторі" відтворення образу іноземця повністю покладається на варваризми. Так, приміром у фразі "*Okay. You know what?*" було застосоване казахське слово "урюк": "*Гаразд. Урюк з тобою*". Або слово "friend" в оригіналі було заміщене арабським "хабібі": "*З незгоди народжується істина, хабібі*" ("*Let's just agree to disagree, my friend*"). Екзотизми ж, навпаки, застосовуються на позначення предметів та явищ, яких не існує у цільовій мові, а тому вони, з одного боку, найсильніше компенсують ефект іношомовного акценту, а з іншого боку, несуть у собі загрозу того, що глядачі можуть не зрозуміти сказане, оскільки у кіноперекладі не можливі пояснення перекладацькими коментарями чи примітками. Фільм "Диктатор" подає наступні приклади застосування цієї перекладацької стратегії: "*Twenty dollars a day for Internet? What the fuck?*" – "Двадцять доларів за день? Що за *фейхоа*?" чи "*You're going to*

be in big trouble" ("А тобі *сікхір* башка!"), чи *"What is he doing?"* ("Що за людя?"). Поруч із цим став широкоживаним метод вкраплення слів, фраз чи навіть суцільних речень іноземною мовою без перекладу, що якнайкраще передає образ іноземця. За нашими спостереженнями, випадки подання висловлювань іноземною мовою без перекладу трапляються, якщо вони не несуть певного смислового навантаження (лише для формування образу іноземця) або ж використовуються як інструмент для створення ефекту підозри, напруження, тривоги, секретної змови. Так, наприклад, у "Диктаторі" двоє друзів з арабської країни почали говорити жартома між собою на вертольоті арабською мовою умисно, аби налякати решту пасажирів, ніби вони терористи, які хочуть підірвати цей вертоліт. Відповідно, їхня розмова арабською мовою залишилася не перекладеною в українському варіанті фільму. У "Мадагаскарі 3" французька мова слугувала засобом комунікації жандармів між собою, утім, для англомовних та українських глядачів характер їхніх переговорів залишається загадкою, оскільки ці моменти не були перекладені.

Б) *Сплутання слів шляхом використання паронімів*. Схожі за звучанням слова викликають складнощі не лише в іноземців, але і носіїв певної мови, тому такий метод відтворення мовленнєвих девіацій є одним з найбільш природних для цільової мови. У перекладі фільму "Диктатор" відбулося непорозуміння між арабом та американкою у зв'язку з плутаниною у словах "пози" та "позитивний", хоча в оригіналі нічого особливого у їхній розмові не було, тобто ця стратегія є невмотивованою з огляду на лексико-граматичний рівень мови, але вмотивованою з огляду на фонетичні особливості мовлення героя: – *А ти, я бачу, позитивний*. – *Так, я люблю пізні пози* (– *I think I'm starting to get you*. – *All right, then*).

В) *Використання просторіч або слів низького регістру* (як індикатор соціального положення героя), часом навіть і суржикі. Зниження регістру мови якнайкраще відображає мовно-мовленнєву некомпетентність персонажа, оскільки розмовна мова та суржик не виглядають штучними мовними формулами, а навпаки, є найбільш природними в лінгвістичній реальності України [Галас 2010, 196]. У фільмі "Диктатор" персонаж з арабським акцентом

міг привселюдно у перекладі сказати: *"Та не ламайся"* (*listen*), *шужи* (*shoes*). А персонаж з російським акцентом із анімації "Мадагаскар 3" у перекладі заговорив суржилом: *закрой двері* (*shut the door*) *проблема* (*a problem*), *тільки* (*only*), *львіця* (*a lioness*), *на поїзді* (*on a train*), *здесь* (*here*), *нет* (*nyet*).

3. Граматичний рівень відтворення акценту в перекладі:

А) *Неузгодження слів між собою у реченні.* Цей метод є найбільш характерним для реального, невигаданого мовлення іноземців, які говорять українською мовою, а тому він є найадекватнішим та найбільш застосованим інструментом для відтворення мовленнєвих відхилень іноземця. Серед найуживаніших порушень граматичних правил – узгодження іменника з прикметником у роді та числі чи відмінку, іменника чи займенника з дієсловом у роді, числі та часі. Доволі часто дієслова передаються лише інфінітивами (вмотивовано та невмотивовано). Саме такої стратегії дотримувалися перекладачі фільму Борат: *"Я працювати телерепортер для Казахстан"* (*My profession, work as a television reporter for Kazakhstan*), *"Кицю, всміхайся, нащо сердита?"* (*Give me a smile, baby. Why angry face?*) або ж інші видозміни на кшталт: *"Моя Борат"* (*My name Borat*), *"Моя країн – Казахстан"* (*This my country of Kazakhstan*), *"Звідки мені знати, що не це статися з машиною?"* (*How do I know that this will not happen with a car?*). У мультиплікації "Мадагаскар 3" персонаж з італійським акцентом говорить *"Ми саме їхати в Америка"* у той час, як в оригіналі він дотримувався усіх граматичних правил: *"You know we're going to America"*. У перекладі "Диктатора" граматично унормоване речення, виголошене з арабським акцентом, відтворено граматично та фонетично неправильним: *"Ви відтвити мене як старшого дослідника, і я зможу добудувати своя бомба"* (*You reinstate me as Head of Nuclear Research, so I can finish building my bomb.*)

Отже, у кіномистецтві прийом наділення героїв міжмовними акцентами є умисним стилістичним прийомом, який необхідно відтворювати у перекладі. Перекладацькі стратегії при відтворенні мовленнєвого портрету персонажів з цими особливостями пе-

редбачають перенесення мовленнєвих особливостей у перекладі не лише у фонетичну площину, але й лексично-граматичну. Відхилення від норм саме на лексико-граматичному, а не фонетичному рівні, є більш властивими українській мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галас А. Соціальна зумовленість розвитку перекладацьких стратегій // Мова і суспільство. – Львів, 2010. – №1. – С. 189–198.
2. Кочубей В. Особливості вимовного акценту в англійському мовленні українців: автор. дис. канд. філ.: 10.02.04 // В. Ю. Кочубей; Київський національний лінгвістичний університет. – Київ, 2011. – 21 с.
3. Cotrozzi S. Expect the Unexpected – T&T Clark International: NY, 2010. – 290 p.
4. Rittmayer A. Translation and Film: Slang, Dialects, Accents and Multiple Languages // Translation: Comparative Perspectives. – Vol. 3. – 2009. – p. 3–15.

Стаття надійшла до редакції 17.04.15

И. В. Софиенко, магистрант
Институт филологии КНУ им. Т. Шевченка, г. Киев

Воссоздание речевых портретов иностранцев в украинских переводах кинофильмов

Статья посвящена исследованию переводческих стратегий, применяемых украинскими кинопереводчиками при воссоздании особенностей речи киноперсонажей. С позиции стилистики и перевода рассмотрено явление интерференции иностранного акцента в речи киногероев, использующих английский как язык международного общения.

Ключевые слова: акцент, речь, норма, отклонение от нормы, форгаундинг, национальная принадлежность, фонетический, лексический и грамматический уровни языка

I. Sofienko, Master Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Rendering of foreigners' speech portraits in Ukrainian film translations

The essay outlines the translation strategies applied by Ukrainian cinema translators to recreate speech peculiarities of characters on the screen. The study examines the interference of foreign accents into speeches of characters that use English as the language of international communication.

Keywords: accent, norm, deviation, foregrounding, national identity, phonetic, lexical and grammatical levels of speech.

О. В. Станіслав, докторант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КОГЕЗІЯ ТА СЕПАРАТИЗАЦІЯ: КОРЕЛЯТИВНІ ВІДНОШЕННЯ (на матеріалі синтаксису сучасної французької мови)

Автор пропонує власну точку зору на проблему співвідношення таких синтаксичних категорій, як когезія та сепаратизація. У статті йдеться про типи корелятивних відношень між розчленованим та зв'язними синтаксичними структурами у залежності від їхньої стилістичної маркованості. Дослідження виконано на матеріалі сучасної французької мови

Ключові слова: сепаратизація, когезія, кореляція, експресивний синтаксис, класичний синтаксис, стилістична маркованість.

Мова як абстрактна знакова система, що вибудована на дискретному принципі, складається із різних рівнів, які перебувають у певній ієрархічній залежності. **Предметом** нашої зацікавленості став синтаксичний рівень художнього тексту сучасної французької мови. На нашу думку, власне у синтаксисі виявляється тісний взаємозв'язок елементів усіх рівнів мови: фонетичного, морфологічного, лексичного тощо. Оскільки принцип ієрархії діє у більшості знакових систем, то в даній науковій розвідці маємо на **мети**: 1) проаналізувати ієрархічну структурність таких синтаксичних категорій, як когезія та сепаратизація; 2) встановити типи кореляції між сепаратизованими (вільними, експресивними) конструкціями актуалізуючого синтаксису та когезійними (зв'язними) структурами синтаксису класичного, традиційного.

Актуальність нашого дослідження зумовлена постійно зростаючим інтересом мовознавців до проблеми засобів вираження, виділення, увиразнення мовлення, а відтак до таких синтаксичних явищ, як сепаратизація та когезія, що займають щільне місце у лінгвістичних студіях.

Передусім укажемо, що під **сепаратизацією** ми розуміємо такий прийом експресивного синтаксису письмової мови, при якому речення ділиться на самостійні відрізки (комунікативні

одиниці), що графічно й інтонаційно виділені як окремі речення, але є тісно зв'язаними семантично і, як наслідок, утворюють нову надфразову єдність – сепаратизовану конструкцію [1, с. 77–78]. Особливістю сепаратизованої фрази є те, що її основа (базисна частина) не відображає усієї повноти змісту висловлення, яке поступово, по мірі свого формування, наділяється новими деталями, доповненнями, що особливим чином кріпляться до раніше сказаного й інтонаційно завершеного речення.

У результаті сепаратизації відбувається мовна компресія, реалізується принцип мовленнєвої економії. За допомогою сепаратизації мовець виокремлює необхідну йому інформацію, додає семантичні акценти, наголошує на них, підсилює, розвиває або ж уточнює деталі висловлення. Сепаратизовані конструкції справляють ефект невимуженості, створюють особливий ритм оповіді й тим самим руйнують мовні стандарти та шаблони. Вони є типовими для неспішної розмовної мови, звідки вони проникають у письмовий літературний узус. Сепаратизовані структури вводяться свідомо письменниками у художню літературу і стають характерологічними рисами сучасного французького синтаксису [2, с. 12]. Як будь-яке наближення до розмовної мови, ці явища значно поживляють літературний виклад, роблять його більш яскравим та емоційно забарвленим:

Je m'en vais, je me sens vague. Je n'ose pas prendre de décision. Si j'ûtais sûr d'avoir du talent... Mais jamais – jamais je n'ai rien écrit de ce genre ; des articles historiques, oui, – et encore. Un livre. Un roman. [...] Un livre. Naturellement, ça ne serait d'abord qu'un travail ennuyeux et fatigant, ça ne m'empêcherait pas d'exister ni de sentir que j'existe (J.-P. Sartre. Nausée, p. 249).

За допомогою розчленованої синтаксичної форми Ж.-П. Сартр передає процес мислення, роздумів, відчуття свого героя (Рокантена). Неповні, сепаратизовані, номінативні конструкції створюють особливу інтонацію та відповідний експресивний фон для сприйняття.

На противагу сепаратизації, **когезія** – це синтаксичний зв'язок, що забезпечує граматичну зв'язність речень, змістову цілісність, структурну завершеність та адекватну інтерпретацію над-

фразової єдності. Термін запозичений із фізики й уведений в обіг лінгвістики мовознавцями Р. Бонграндом, В. Дресслером, М. Холлідеем. Зазвичай когезія (від лат. слова *cohaesus*, що означає *бути зв'язаним, сполученим, зчепленим, примикати*) позначає структурно-граматичний різновид зв'язності тексту.

Щодо синтаксичних засобів вираження когезії у французькій мові, то слід сказати, що вони досить численні й різноманітні; серед основних можна виділити: займенники і їх антициденти, анафоричні зв'язки, артиклі, дейксис, сполучники, повтори, порядок слів, еліпсис, синтаксичні відношення сурядності й підрядності, конектори, які вказують на часові відношення (*d'abord, puis, ensuite, maintenant, enfin, actuellement, aujourd'hui, a prűsent, toujours, encore*), конектори, що маркують просторові відношення (*sur – sous, ici – la, devant – derriure, a cűtű de, au bord de, en face de, le long de, dans, parmi, entre, au milieu de, a travers, vers, par*) та інші. Наприклад:

1. *Le lendemain, comme nous prenions ensemble notre cafű aprűs le dűjeuner, Mme Villier tűlűphona a Philippe.* 2. *Je compris, par les rűponses, qu'elle avait parlű a son mari, qu'il approuvait ce projet et que tous deux viendraient en Suisse avec nous.* 3. *Je constatai que Philippe n'insistait pas et qu'il dűcourageait mkme les Villier.* 4. *Mais sa derniűre phrase fut: "Eh bien, alors, nous serons ravis de vous retrouver la-bas."* 5. *Il raccrocha le rűcepteur et me regarda, un peu gkűű* (A. Maurois. *Climats*, p. 168).

У наведеному уривку всі речення зв'язані між собою послідовно як ланки (кільця) в ланцюжку: рема попереднього речення стає темою речення, що слідує за ним: *nous prenions notre cafű ... – Mme Villier tűlűphona ... – je compris ... – Philippe n'insistait ... – sa derniűre phrase ... – il raccrocha le rűcepteur...* Речення, послідовно зчіплюючись між собою, логічно зв'язують ланцюг подій представленої оповіді.

Аналіз засвідчив, що сепаратизація (розчленованість) синтаксичних конструкцій, виражається на письмі змістовими знаками, тоді як когезія (зв'язність) зумовлена структурно-логічними знаками. Спостережено, що синтаксис французької літератури

XVII–XIX ст. характеризується здебільшого інтонаційним та формально-логічним підходами до розставлення знаків пунктуації. Щодо синтаксичних особливостей французької літератури XX ст., то відзначається певна "лібералізація" у членуванні тексту, й не останню роль у цьому відіграє змістовий принцип пунктуації. Саме він дозволяє автору розставити смислові й експресивні акценти у структурі висловлення, а реципієнту надає відносну свободу в інтерпретації модально-оцінного змісту тексту. Наразі вплив змістового принципу пунктуації актуалізує мовні (вербальні) одиниці з точки зору їх комунікативно-прагматичного потенціалу.

Отже, тенденція до когезії (зв'язності) є більш давньою та властива в значній мірі письмовій мові, класичній художній літературі; вона забезпечує логічність, послідовність викладу думок, чітку структурну композицію висловлення. Тенденція до сепаратизації (розчленування) характерна для розмовної мови, вона широко відображена у творах французьких письменників початку XX століття (Г. Аполлінера, А. Бретона, А. Жіда, Ж.-П. Сартра, А. Камю та інших); сприяє передачі афективності змісту висловлення та наповнює його новим семантичним значенням.

Слідуючи принципу ієрархії, можна стверджувати, що сепаратизація проходить згори до низу, від більшого до меншого. Когезія – у зворотному напрямку: знизу до гори, від меншого до більшого. Інакше кажучи, сепаратизація членує ціле на частини (надфразову єдність на окремі речення), тоді як когезія зв'язує частини в ціле (окремі речення у надфразову єдність тощо). Порівняймо два уривки, взяті з одного твору французької письменниці С. Колет ("La Paix chez les bktes"), в яких вона з неприхованою захопленістю описує свою кішку Нонош (Nonoche):

1. *Nonoche [chatte] dormait dans sa corbeille...*

Son poil a senti passer l'ombre d'un oiseau ! Elle ne sait pas bien ce qui arrive. Elle a ouvert trop vite ses yeux japonais, d'un vert qui met l'eau sous la langue. Elle a l'air bkte comme une jeune fille trus jolie, et ses taches de chatte portugaise semblent plus en dūsordre que jamais : un rond orange sur la joue, un bandeau noir sur la tempe, trois points noirs au coin de la bouche, prus du nez blanc fleuri de rose... Elle baisse les yeux et la mūmoire de toutes choses

lui remonte au visage dans un sourire triangulaire ; contre elle, noyé dans elle, roulé en escargot, sommeille son fils.

2. *L'utile, rkveuse, passionnée, gourmande, caressante, autoritaire.*
Nonoche rebute le profane et se donne aux seuls initiés qu'a marqués le signe du Chat. Ceux-la mkme ne la comprennent pas tout de suite et disent : " Quelle bkte capricieuse ! "

Caprice point. Hyperesthésie nerveuse seulement (S. Colette.
"La Paix chez les bktes").

Перший фрагмент представляє зразок розгорнутого висловлення, яке складається з кількох речень, що організовані послідовним семантичним та синтаксичним зв'язком. Спостерігаємо логічний виклад оповіді, прямий порядок слів, експліцитне (відкрите) використання сурядного та підрядного зв'язків, повних речень, узвичаєної предикативної групи (підмет – присудок), стилістичних синонімів (Nonoche – elle). Все це створює цілісну картину перцепції.

Другий фрагмент є зразком нових синтаксичних тенденцій. Нарация складається з кількох самостійних речень. Спочатку відзначаємо прикметники, що виокремлені, вжиті без іменника до якого відносяться та складають окрему синтаксичну одиницю. Потім привертають увагу неповні номінативні синтаксичні одиниці. Такі розчленування є незвичними та оригінальними водночас. Вони роблять висловлення більш значущими семантично й афективно; стилістично маркують та актуалізують його в цілому.

Узагальнюючи вищесказане, висловимо думку про те, що сепаратизація та когезія – це дві протилежні, суперечливі, гетерогенні (різнопланові) за своєю структурою синтаксичні універсалиї. Одна з них слугує укріпленню та удосконаленню структурних ознак речення (когезія), інша – начебто руйнує його визначальні характеристики (сепаратизація) [3, с. 21]. Однак, ці дві антиномії, дві супротивні тенденції розмовної мови співіснують, корелюють у сучасному синтаксисі французької літератури чим оновлюють та урізноманітнюють його виражальні можливості.

На матеріалі художнього тексту з'ясуємо, яким чином співвідносяться сепаратизація та когезія в системі опозицій мовних одиниць. Розглянемо приклад:

Mardi (1).

Rien (2). **Existü** (3).

Mercredi (4).

Il y a un rond de soleil sur la nappe en papier... (5). (J.-P. Sartre. Nausäe, p. 147).

Сепаратизовані синтаксичні конструкції (1, 2, 3, 4) знаходяться у сильній позиції за відношенням до слабкої, синтаксично організованої, унормованої (5) (когезійної) структури та є стилістично маркованими. Вони відносно (логічно, семантично чи емоційно) сполучені з попереднім та наступними висловленнями. Розчленовані структури – це новий засіб увиразнення, доповнення до раніше сказаного. Можна відзначити розширення ролі контекстуальної обумовленості висловлення, яка формує додаткові експлікативні (пояснює, уточнює інформацію), адитивні (доповнює, поглиблює зміст висловлення), афективні (створює емоційне сприйняття) смисли тексту. У результаті цього виникає особливий інтегральний зв'язок між сепаратизованими реченнями й когезійними єдностями, який засвідчує, що ці дві мовні універсалиї функціонують паралельно, однак перебувають в контрадиктивних (опозиційних) корелятивних відношеннях.

Проаналізуємо наступний приклад:

[...] les grands malheurs sont monotones. Dans le souvenir de ceux qui les ont vücies, les journües terribles de la peste n'apparaissent pas comme de grandes flammes interminables et cruelles, mais plutôt comme interminable piütinement qui ücrasait tout sur son passage.

Non, la peste n'avait rien a voir avec les grandes images exaltantes qui avaient poursuivi le docteur Rieux au dübut de l'üpidemie. Elle ütait d'abord une administration prudente et impeccable, au bon fonctionnement (A. Camus. La peste, p. 83–84).

Nos concitoyens s'ütaient mis au pas, ils s'ütaient adaptüs, comme on dit, parce qu'il n'y avait pas moyen de faire autrement. Ils avaient encore, naturellement, l'attitude du malheur et de souffrance, mais ils n'en ressentaient plus la pointe. Du reste, le docteur Rieux, par exemple, considürait que, justement, c'ütait cela le malheur, et que l'habitude du düsespoir est pire que le düsespoir lui-mkme (A. Camus. La peste, p. 85).

Роздуми доктора Рійє про необхідність боротьби з абсурдом буття, абсолютним злом і чумою (у самому загальному сенсі) відображають гуманістичні, моралістичні, високодуховні позиції героя. В авторському мовленні, у внутрішніх монологіях, ліричних відступах сепаратизація не просто імітує усне мовлення, а інтенсифікує почуття, емоції героїв та афективно впливає на читача. Наразі сепаратизовані синтаксичні структури проявляють найбільшу свою експресивність, є стилістично маркованими та стають синтаксичним елементом художнього мовлення. Сепаратизація робиться стилетвірною особливістю творчості окремих письменників, приміром екзистенціалістів, постмодерністів. У цьому випадку можна говорити про те, що сепаратизація та когезія перехреснюються у синтаксисі художньої літератури другої половини ХХ століття й знаходяться у комплементарних корелятивних відношеннях.

Нам видається можливим стверджувати про тенденцію до стилістичного злиття сепаратизації та когезії у сучасному французькому синтаксисі. Спостережено, що з плином часу сепаратизовані структури виходять за межі художньої літератури та поширюються в інших функціональних стилях, приміром у публіцистичному, науково-популярному. Відбувається стилістичний зсув і часткова або повна нейтралізація експресивного відтінку розчленованих конструкцій. У такому разі сепаратизація не є стилістично маркованою. Функціональні можливості когезії та сепаратизації повністю або почасти збігаються, накладаються. А отже, корелятивні відношення між даними синтаксичними універсальями є відносно тотожними, аналогічними. Для прикладу:

*Images emblématiques de la France. Ce livre nous permet de comprendre comment et pourquoi ces repères particuliers habitent notre mémoire collective et sont devenus des symboles essentiels de notre roman national. **Objets** (l'encyclopédie de Diderot, le code civil de Napoléon...), **monuments** (Les Tuileries, Beaubourg...), **personnages** (Clovis, de Gaulle...), **écrivains** (Balzac, Hugo...), **scientifiques** (Pasteur...), **héros** (Vercingétorix, Jeanne d'Arc...), **lieux** (la Bastille...) (Le français dans le monde. № 386. – 2013, p. 64).*

Comme apprécier positivement le fait d'être "entre" ? Entre des pays, des identités, des cultures, entre des langues enfin. C'est cette situation intermédiaire qu'a vécue Heinz Wismann et qu'il décrit dans son dernier ouvrage, "Penser entre les langues" (Le français dans le monde. № 386. – 2013, p. 50).

Виконуючи свою основну функцію повідомлення додаткової інформації, уточнення, сепаратизація не слугує у такому випадку цілям створення яскравого, емоційного опису. Наразі сепаратизовані структури не виявляють ніякого стилістичного забарвлення, а отже стають функціонально нейтральними та немаркованими, як і когезійні синтаксичні засоби.

Насамкінець підкреслимо безперечну важливість таких категорій, як когезія та сепаратизація для синтаксису французької мови. Когезія забезпечує логічну зв'язність речень, синтаксичну цілісність структури, завершеність тексту загалом; сепаратизація – розширює інформативність, афективність, комунікативні можливості висловлення, деталізує та акцентує увагу на значущих мовних елементах. Аналіз корелятивних відношень між сепаратизацією та когезією (опозиція, комплементарність, тотожність), засвідчив, що в сучасному синтаксисі французької літературної мови перетинаються, співіснують і навіть зближуються принципово різні форми вираження (когезія та сепаратизація). А у своєму синтезі вони актуалізують висловлення, наповнюють його новими смислами та сприяють його адекватній інтерпретації. Очевидним є шлях до інтертекстуальності у самому широкому розумінні, до інтеграції культурних традицій (когезія) та мовних інновацій живого мовлення (сепаратизація) з метою знайти шлях до Істини.

Результати проведеного дослідження дозволяють окреслити коло проблем для подальшого опрацювання. Перспективним вбачається комплексний аналіз не лише сепаратизованих, але й інших синтаксичних елементів розмовної мови, що активно проникають у сучасний французький літературний узус. Нові розвідки дозволили б мовознавцям визначити динаміку та тенденції розвитку синтаксису, а отже й французької мови загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андриевская А. А. Явления "сепаратизации" в стилистическом синтаксисе современной французской художественной прозы / А. А. Андриевская // Филологические науки. – 1969. – № 3. – С. 77–83.
2. Реферовская Е. А. Синтаксис современного французского языка / Е. А. Реферовская. – Л. : Наука, 1969. – 236 с.
3. Шигаревская Н. А. Очерки по синтаксису современной французской разговорной речи / Н. А. Шигаревская. – Л. : Изд-во Ленинградского ун-та, 1970. – 215 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

4. Camus A. La peste. – Librairie Larousse, 1971. – 157 p.
5. Colette. La Paix chez les bêtes. – Éditions Bernard Grasset, 1916.
6. Sartre J.-P. La nausée. – P. : Éditions Gallimard, 1938. – 239 P.
7. Maurois A. Climats. – Éditions Bernard Grasset, 1978. – 244 P.
8. Le français dans le monde. – № 386, 2013.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. В. Станислав, докторант

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Когезия и сепаратизация: коррелятивные отношения (на материале синтаксиса современного французского языка)

На материале современного французского языка автор предлагает собственную точку зрения на проблему соотношения таких синтаксических категорий как когезия и сепаратизация. В статье устанавливаются типы коррелятивных отношений между расчлененными и связными синтаксическими структурами в зависимости от их стилистической маркированности.

Ключевые слова: сепаратизация, когезия, корреляция, экспрессивный синтаксис, классический синтаксис, стилистическая маркированность.

O. Stanislav, Cand. Philol. Sci., Doctoral Candidate
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Cohesion and separation: correlative relations (on the material of the modern French syntax)

On the material of the modern French the author proposes his own view on the problem of correlation of such syntactic categories as cohesion and separation. The article deals with types of correlative relations between partitioned and coherent syntactic structures depending on their stylistic marking.

Keywords: separatism, cohesion correlation, expressive syntax, classic syntax, stylistic marking.

О. С. Стасюк, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕТАІНТЕРТЕКСТУ (на матеріалі парламентського дискурсу ФРН)

У статті розкрито прагматичний потенціал метаінтертексту в парламентському дискурсі. Виокремлено комунікативні тактики, які реалізуються за допомогою метаінтертексту. Встановлено, що метаінтертекст використовується в парламентському дискурсі з метою інформування, надання оцінки інтертексту, підкреслення авторитетності автора інтертексту та його незаангажованості, солідаризації з автором інтертексту, викриття слів політичних опонентів та ухилення від відповіді. Визначено мовні особливості метаінтертексту, що реалізує кожну з виокремлених тактик.

Ключові слова: інтертекст, комунікативна тактика, метаінтертекст, парламентський дискурс, прагматика, текст.

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика вирізняється інтересом до текстів, що функціонують у інституційних комунікативних умовах. Галуззю спілкування, що чинить значний вплив на життя сучасного суспільства, є політична, зокрема парламентська. Великий інтерес останнім часом викликають дослідження інтертекстуальності та інтердискурсивності в інституційній комунікації. У зв'язку з цим **актуальним** є вивчення інтертексту в парламентському дискурсі.

Аналіз досліджень і публікацій. Лінгвістика тексту прагне до уточнення широкого тлумачення терміну "інтертекстуальність", запропонованого Юлією Крістєвою, що передбачає універсальний взаємозв'язок між текстами [3]. У вузькому розумінні лінгвісти розрізняють вертикальну та горизонтальну інтертекстуальність [7, с. 8]. Вертикальна інтертекстуальність передбачає дотримання автором тексту норм відповідного типу тексту. Під горизонтальною інтертекстуальністю розуміють використання фрагментів одного тексту в іншому тексті. Далі в цій статті мова йтиме про горизонтальну інтертекстуальність.

Інтертекст може бути імпліцитним та експліцитним [7, с. 7]. Імпліцитність передбачає відсутність у тексті виражених вказівок на використання інтертексту, що ускладнює його виявлення. Інтертекст може також бути експліцитно маркованим. Вказівка на використання інтертексту та основна інформація про нього (автор інтертексту, тип інтертексту, час та місце його появи тощо) міститься у фрагментах тексту, що описують інтертекст і на позначення яких доцільно вжити термін "метаінтертекст". Метаінтертекст визначається як "текст про текст у тексті" [2, с. 39]. Саме в метаінтертексті містяться маркери інтертекстуальності, що останнім часом стали об'єктом лінгвістичних досліджень [напр., 5].

Метаінтертекст є знаком, що сигналізує про появу інтертексту. Відповідно, можливим є опис синтаксичних, семантичних та прагматичних характеристик метаінтертексту. Цю статтю присвячено розгляду прагматичного аспекту, тобто взаємозв'язку між метаінтертекстом та автором тексту.

Мета статті – з'ясувати прагматичні характеристики метаінтертексту в парламентському дискурсі ФРН.

Матеріал дослідження охоплює понад 300 прикладів інтертекстуальних включень з метаінтертекстом, що супроводжує їх, дібрані зі стенограм пленарних засідань бундестагу Німеччини за 2014 рік.

Викладення основного матеріалу. З'ясування прагматичного потенціалу метаінтертексту передбачає визначення його ролі в реалізації комунікативних стратегій і тактик, які використовуються учасниками парламентської комунікації для досягнення власних цілей. Поняття комунікативних стратегій і тактик широко застосовується у вітчизняній лінгвістиці [напр., 1; 4]. Оскільки мовленнєва діяльність у стінах парламенту спрямована насамперед на здобуття або утримання влади, основними комунікативними стратегіями, що використовуються в парламентських дебатах, є стратегії дискредитації політичних опонентів та презентації власної політичної сили. Слід виокремити організаційні репліки спікера (віце-спікерів) бундестагу, метою яких є консолідація парламенту та організація його діяльності. Для здійснення цих комунікативних стратегій учасниками парламентської комунікації використовується широкий спектр комунікативних

тактик та прийомів, частина з яких здійснюється за допомогою інтертексту та метаінтертексту.

Аналіз метаінтертексту в парламентському дискурсі ФРН дозволив виявити такі комунікативні тактики, що реалізуються за його участю.

1. Тактика інформування.

Метою використання метаінтертексту найчастіше є інформування про інтертекст. При цьому з аксіологічної точки зору і інтертекст, і метаінтертекст є нейтральними. Нейтральними є зокрема репліки спікера парламенту, у яких він зачитує пункт порядку денного пленарного засідання.

Norbert Lammert (Präsident des Bundestages): Ich rufe nun den Tagesordnungspunkt 4 auf: "Eidesleistung der Bundesminister" [6, с. 31].

Метаінтертекст, що використовується з метою інформування, найчастіше є стандартизованим, це типові висловлювання, що вживаються в парламентській комунікації. При цьому адресантом найчастіше є спікер або віце-спікери парламенту, а адресатом є усе парламентське зібрання. Інтертекст у цьому разі, як правило, є парламентським документом, наприклад, порядком денним пленарного засідання бундестагу, текстом присяги, письмовим запитанням депутатів парламенту до міністрів тощо.

Рідше спостерігаються приклади з іншим адресатом чи адресантом.

Norbert Lammert (Präsident des Bundestages): Ich werde den Eid vorsprechen und bitte dann die Mitglieder der Bundesregierung, den Eid mit den Worten "Ich schwüre es, so wahr mir Gott helfe" oder "Ich schwüre es" zu bekräftigen: "Ich schwüre, dass ich meine Kraft dem Wohle des deutschen Volkes widmen, seinen Nutzen mehren, Schaden von ihm wenden, das Grundgesetz und die Gesetze des Bundes wahren und verteidigen, meine Pflichten gewissenhaft erfüllen und Gerechtigkeit gegen jedermann üben werde" [6, с. 231].

Тут адресатом є члени уряду, які повторюють присягу, що зачитується спікером парламенту.

2. Тактика оцінювання.

Метаінтертекст використовується в парламентській комунікації для надання власної оцінки інтертексту та його автору автором тексту.

Hans-Christian Strübele (Bündnis 90 / Die Grünen): Falsch war auch, was Herr Pofalla erklärt hat: Die Vorwürfe sind "vom Tisch" [18002, с. 51].

Основною особливістю метаінтертексту, що використовується з метою надання оцінки, є наявність у його складі лексем із семантичними компонентами, що містять позитивне чи негативне оцінне значення (прислівник *falsch* у цьому прикладі).

Попри те, що найчастіше критика спрямована проти політичних опонентів, а інтертекст є їхніми ж словами, у парламентському дискурсі ФРН спостерігається й використання оцінної тактики метаінтертексту з метою критики інших осіб, наприклад, іноземних політичних діячів.

Andreas Schockenhoff (CDU/CSU): Liebe Kolleginnen und Kollegen, welche Botschaft sendet uns eigentlich der folgende Vorgang im Kreml am letzten Donnerstag? Dort wurde nach der Rede des russischen Präsidenten zur Lage der Nation das Lied des russischen Sängers Oleg Gazmanov mit folgendem Text vorgetragen: "Ukraine und Krim, Moldau und Weißrussland – das ist mein Land. Kasachstan, Kaukasus und das Baltikum – ich bin geboren in der UdSSR, gemacht in der UdSSR." Jeder weiß, dass bei Veranstaltungen wie dem Bericht zur Lage der Nation nun wirklich nichts dem Zufall überlassen wird. Deshalb ist diese Botschaft mit Blick auf die Nachbarstaaten zumindest irritierend [6, с. 250].

Тут депутат німецького парламенту критикує російського президента шляхом негативної оцінки пісні російського співака Олега Газманова. Негативну оцінку передано в метаінтертексті лексемою *"irritierend"*.

Спостерігається й використання метаінтертексту з метою надання позитивної оцінки інтертексту та його автору.

Kerstin Giese (SPD): Wir haben in unserer Koalitionsvereinbarung, so sie denn von unseren Mitgliedern unterstützt werden wird, dazu eine schöne Aussage, die ich Ihnen zitieren will: "Die Herausbildung einer europäischen Zivilgesellschaft ist eine essentielle Voraussetzung für eine lebendige europäische Demokratie. Besonders wichtig ist es, dafür auch die Jugendpolitik weiterzuentwickeln." Das sind zwei der guten Sätze in diesem Koalitionsvertrag [18003, с. 189].

Тут депутат німецького парламенту надає позитивну оцінку положенням коаліційної угоди, використовуючи лексеми з позитивним оцінним значенням "gut", "schön".

3. Тактика підкреслення авторитетності та політичної незаангажованості автора інтертексту та джерела, з якого взятий інтертекст.

Важливою прагматичною характеристикою метаінтертексту, що зумовлює його використання учасниками парламентської комунікації, є здатність надавати більшої ваги та достовірності словам, які наведені в інтертекстуальному включенні. При цьому парламентарі намагаються показати, що джерело, з якого взятий інтертекст, є авторитетним, а автор інтертексту політично незаангажованим. Такими незаангажованими авторами інтертексту найчастіше є науковці, представники незалежних від політичних сил організацій та ЗМІ, а також політики найвищого рангу, що виконують представницькі функції (зокрема Федеральний президент у Німеччині).

Petra Sitte (Die Linke): Niemand Geringerer als der Bundestagspräsident selbst hat es in seiner Antrittsrede klargestellt – ich zitiere –: "Und selbstverständlich bedarf eine geschäftsführend amtierende Bundesregierung nicht weniger parlamentarischer Kontrolle als eine neu gewählte." (...) Die Linke sieht das genauso [6, с. 70].

Використання цієї тактики передбачає наявність у складі метаінтертексту лексичних одиниць, що вказують на статус автора інтертексту, таких як *Professor*, *Bundespräsident* тощо. У наведеному вище прикладі значущість автора інтертексту підкреслюється словами *"niemand Geringerer als der Bundespräsident selbst"*.

4. Тактика солідаризації з інтертекстом та його автором.

Метаінтертекст використовується в парламентському дискусії також для солідаризації мовця з інтертекстом та його автором. Автор тексту погоджується з висловленням в інтертексті.

Найчастіше у такий спосіб метаінтертекст використовується опозицією. В інтертексті міститься критика влади, а за допомогою метаінтертексту опозиціонер погоджується з цією критикою.

Matthias W. Birkwald (Die Linke): Darum fordere ich Sie auf, meine Damen und Herren von Union und SPD: Heben Sie die Zurechnungszeit um drei Jahre an und hören Sie auf die Präsidentin des Sozialverbandes VdK Deutschland, Ulrike Mascher! Sie hat gestern gesagt – ich zitiere –: "Die Erwerbsminderungsrentner dürfen

von CDU/CSU und SPD nicht weiterhin mit der Beibehaltung der Abschlöge bestraft werden. (...) "Recht hat Frau Mascher [6, с. 100]!

Тут згода з автором інтертексту виражена словосполученням "*Recht haben*". Метаінтертекст, що реалізує тактику солідаризації, також може бути виражений за допомогою речень "*So sehen wir es auch.*", "*Wir stimmen dieser Meinung zu*" тощо.

5. Тактика викриття слів політичних опонентів.

Метаінтертекст, що супроводжує інтертекстуальні включення, авторами яких є політичні опоненти автора тексту, може використовуватися для викриття сказаного політичними опонентами, тобто інтертексту.

Eva Bulling-Schröter (Die Linke): Wie steht es so schyn im Koalitionsvertrag: Begrenzung der "Kostendynamik beim Ausbau der erneuerbaren Energien", und man will "der Entwicklung der konventionellen Energiewirtschaft einen stabilen Rahmen" geben. Was hinter dieser Verklausulierung steht, ist ja wohl klar: Der Ausbau der Erzeugung von Energie aus Wind und Sonne wird gebremst; schwarz wie Kohle ist die Zukunft [6, с. 113].

Тут викриття здійснюється за допомогою лексеми "*Verklausulierung*", яка вказує на нечіткість, евфемістичний характер висловлювання політичних опонентів мовця. З цією ж метою вживаються лексеми "*Euphemismus*", "*Verhüllungsword*", "*Vernebelungsword*" тощо.

6. Тактика ухиляння від відповіді шляхом повторення власних слів.

Учасники парламентської комунікації вдаються до цитування текстів, авторами яких є вони самі. У такий спосіб вони можуть ухилятися від надання детальних пояснень на вимогу політичних опонентів.

Maria Böhmer (Staatsministerin bei der Bundeskanzlerin): Frau Kollegin Paus, ich hatte Ihnen bereits in meinem Schreiben vom 14. November 2013 darauf geantwortet; es ging um die schriftliche Frage 28. Ich zitiere: "Es ging um allgemeine bundespolitische Themen und die Krise im Euro-Raum" [6, с. 120].

У цьому прикладі представник влади на запитання опозиції цитує власну письмову відповідь, відмовляючись надати детальніші пояснення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що учасники парламентської комунікації вдаються до використання експліцитної інтертекстуальності з метою досягнення власних комунікативних цілей. При цьому застосування окремих тактик тісно пов'язане з комунікативною роллю відповідного учасника парламентської комунікації. Зокрема представники опозиції використовують метаінтертекст здебільшого для надання негативної оцінки представникам влади та викриття їхніх слів, а також для солідаризації з автором інтертексту, що критикує владу, а політики з владного табору використовують метаінтертекст для ухиляння від відповіді на запитання політичних опонентів. Цікавими напрямками подальшого вивчення метаінтертексту є з'ясування прагматичних особливостей його вживання в інших галузях інституційної комунікації, а також проведення зіставних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Белова А. Д.* Комунікативні стратегії і тактики : проблеми систематики / Алла Дмитрівна Белова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. – Вип. 10. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2004. – Вип. 10. – С. 11–16.
2. *Гавенко А. С.* Метаінтертекстуальність в художественном тексте (на материале русских рассказов 80-х годов XX–XXI веков) / А.С. Гавенко // Филология и человек. – Барнаул : Изд-во Алтайск. гос. ун-та, 2011. – № 2. – С. 36–48.
3. *Кристева Ю.* Семиотика. Исследования по семанализу / Юлия Кристева. – М. : Академический Проект, 2013. – 288 с.
4. *Пилипенко Р. С.* Комунікативні стратегії репрезентативної спрямованості в німецькому економічному дискурсі / Ростислав Євгенович Пилипенко // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. праць. – К : Київськ. нац. лінгвістичний ун-т, 2006. – Вип. 17. – С. 284–289.
5. *Шаповал М.* Система координат : типологія міжтекстової взаємодії та маркери інтертекстуальності / Мар'яна Шаповал // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – Львів : Вид-во Львівськ. ун-ту, 2008. – Вип. 44. – Ч. 1. – 316 с.
6. *Deutscher Bundestag.* Stenografischer Bericht [Електронний ресурс]. – 18. Legislaturperiode. – Sitzung 1–3. – Berlin, 2013–2014. – 228 S. – Режим доступу : <http://dip21.bundestag.de>
7. *Klein J.* Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität / Josef Klein, Ulla Fix (Hg.). – Tübingen : Stauffenburg-Verl., 1997. – 402 S.

Стаття надійшла до редакції 14.04.15

А. С. Стасюк, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Прагматические характеристики метаинтертекста (на материале парламентского дискурса ФРГ)

В статье описан прагматический потенциал метаинтертекста в парламентском дискурсе. Выделены коммуникативные тактики, реализуемые с его помощью. Выяснено, что метаинтертекст используется в парламентском дискурсе с целью информирования об интертексте, оценки интертекста, подчеркивания авторитета и незаангажированности автора интертекста, солидаризации с интертекстом???, разоблачения слов политических оппонентов и уклонения от ответа. Определены языковые особенности метаинтертекста, который реализует каждую из выделенных тактик.

Ключевые слова: интертекст, коммуникативная тактика, метаинтертекст, парламентский дискурс, прагматика, текст.

O. Stasiuk, PhD in Phil., Assistant Professor
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Pragmatic characteristics of metaintertext (based on the parliamentary discourse of Germany)

The article deals with the pragmatic characteristics of metaintertext in the parliamentary discourse. The communicative tactics that are implemented by metaintertext are revealed. It is defined that metaintertext is used in the parliamentary discourse for informing about intertext, evaluating intertext, marking authority of the author of intertext, solidarization with intertext, revealing words of the political opponents and avoiding answering. The linguistic characteristics of metaintertext that is used with each of the tactics are described.

Keywords: intertext, communicative tactics, metaintertext, parliamentary discourse, pragmatics, text.

УДК 81'38=161.2 КоломієцьВ

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

ПОЕТИКА ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКИХ ФЛОРОНІМІВ У ТЕКСТАХ ВОЛОДИМИРА КОЛОМІЙЦЯ

У статті розглянуто особливості функціонування оказіональних лексем-флоронімів у поезіях Володимира Коломійця. Досліджено характер

уживання неолексем на позначення явищ природи в художньому тексті з метою створення яскравих поетичних образів.

Ключові слова: флоронім, неологізм, ідіостиль, поетика.

Давніми за часом формування й цінними як джерело інформації про історію мови є номінації на позначення реалій рослинного світу [Омельковець 2004, 1]. Зазвичай в експресивно нейтральному повсякденному мовленні такого типу одиниці використовують виключно з метою номінації відповідних об'єктів навколишнього світу. У мові ж поетичній, художньо забарвленій такі лексеми несуть потужне образне та експресивне навантаження. Не є винятком у нашому випадку і поетичне мовлення Володимира Коломійця, наснажене як власне узуальними, так й індивідуально-авторськими неолексемами-флоронімами.

Ведучи мову про образи рослин у поетичних текстах В. Коломійця, особливу увагу звертаємо на додаткову семантизацію традиційних для української культури образів. Додаткова семантизація в художньому тексті відбувається шляхом авторського переосмислення експресивно-нейтральних номінацій рослин або ж певних явищ, пов'язаних із ними, відповідно до творчого задуму, індивідуально-психологічних особливостей поета. Зображаючи реалії рослинного світу, автор може відходити від їх прямого називання, використовуючи флорообрази для розкриття душевного стану ліричного героя, для створення певних художніх аналогій за ознакою зовнішньої подібності, з метою моделювання різного типу конотацій.

Зазначимо, що для безпосередньої номінації реалій рослинного світу Володимир Коломійць активно використовує **іменникові** деривати. Так, прості похідні утворено за допомогою таких словотвірних формантів: суфікса **-ис'к-** (*чагарисько*), префікса **не-** (*нешелестінь*) та префікса **по-** (*пошелест*). Складні – від **прикметниково-іменникових** основ (*дубовіття*, *солоноросся*), власне **іменникових** (*грозовіття*), **числівниково-іменникових** (*многоколот*). Більшість складених похідних утворено від власне **іменникових** основ (*вуса-антени*, *дуб-гримайло*, *калина-полива*, *май-гай*, *мозолі-квасолі*, *сад-садонько*, *сладима-трава*, *суцвіття-віяло*, *топольня-трепета*, *трава-жорства*, *трава-одолян*, *тра-*

ви-чуби, троян-трава) та поодинокі – від **дієслівно-іменникових** (грай-листя) та **прикметниково-іменникових** (зелен-диво).

З-поміж **прикметникових** дериватів із флористичною семантикою виділяємо прості похідні, утворені за допомогою суфікса **-ев-** (чорнобривцевий), суфікса **-л-** (спліснявільний) та суфікса **-н-** (калинний), а також складні та складені **відіменникові** (айстроокий, хлібочолий), **прикметниково-іменникові** (довгостеблій, кленоволистий) та власне **відприкметникові** деривати (просиво-зелені).

Дієслівні неолексеми із зазначеною семантикою представлені простими похідними із суфіксом **-і-** (житити), суфіксом **-и-** й постфіксом **-с'а** (борститися, квітитися) та складеними **віддієслівними** одиницями (спіти-зріти, цвісти-жити).

Значна кількість індивідуально-авторських похідних уживається митцем з метою посилення вияву художнього образу певного персонажа. Зазвичай, поет із цією метою вживає похідні, пов'язані з характеристиками зовнішнього вигляду зображуваних осіб, що підкреслюють їхні індивідуальні особливості, посилюючи візуалізацію образу пор.: *Айстроока! / Джерельцем ти мені продзвеніла, – / а й не знатимеш...* [Коломієць 1975, 96]; *І жалють, жалють / карі дві джмелини / із-під густого чагариська брів* [Коломієць 1990, 52]; *Чи від гаю? Чи від Галі? / "Наречена чорнобривцева"* [Коломієць 1990, 121]. Досить показовим є використання митцем індивідуально-авторських дериватів, які не лише беруть участь у посиленні візуальних характеристик, але й до того ж контекстуально допомагають автору розкрити внутрішній світ своїх героїв, зобразити їхні переживання, передати життєвий досвід, "тонку організацію" душі. Так, зокрема у поезії **"Дідусь обличчям на Вольтера схожий"** В. Коломієць створює промовистий архетипний образ Великого Батька шляхом введення в художній контекст ряду дотичних йому образів мислителя (**Вольтер**), людини, яка має багатий життєвий досвід, на що контекстуально вказує новотвір "мозоля-квасоля" (*Долонею він одмахнувся, що в мозолях-квасолі, / мовляв, людина без характеру – мов хліб / без солі* [Коломієць 1969, 109]), або ж дещо жартівливо-іронічний тон: *"Хрумтить дідок. / Є зуби. Й не зіпсовані. / Що? Мудрість з досвідом – як мед із огірком посоленим?"*. Іронічність авторської

мови та прямої мови персонажа (*Дід мружиться: ви, з молодих, на ноги надто / скорих... А спробуйте-но розгадайте сни лисичі / в норах!*) дозволяє поету протиставити досвід молодості, мудрість – легковажності, що, у свою чергу, посилює художній вияв образу Світового Батька. Завершальним акордом у тексті звучить останній рядок: *"І **виневолив** із борідки він бджолу: лети, / золото!"*, який максимально посилює художню репрезентацію зазначеного архетипного образу, чому не в останню чергу сприяє індивідуально-авторський новотвір "**виневолив**".

Поруч із образом Світового Батька, який поєднує у собі мудрість, життєвий досвід, розважливість та деяку іронічність, у художньо-поетичному контексті Володимира Коломійця репрезентовано образ молодості, цноти, ніжності і вразливості у вірші "**Подруги**", порівняймо *"... очі розплющені широко, / з золотим каламутом, / що піднімається з глибини. / Тихо коса на подушці **житіє**... / До вікна – головою світлою. / Там метелики твіст завели, / та такий!... Спала дівчина, **тонкочутлива**, як мембрана...[Коломієць 1969, 82]"*. Індивідуально-авторський вербатив-візуалізатор "**житіє**" та ад'єктив "**тонкочутлива**" не лише допомагають митцю передати юний вік особи та її внутрішній стан, чистоту думок і деяку наївність, але й дозволяють реципієнту максимально повно уявити зображувану картину, відтворити у своїй уяві образ початку молодого життя. Часто момент початку життя як початку чогось нового посилюється шляхом введення поетом у художній контекст вербативів на позначення природних явищ, напр.: *Як складно це. Як просто це! / Сад наших планів **броситься*** [Коломієць 1975, 11].

Поруч із антитетичними образами молодості й старості у поетичній картині В. Коломійця представлено й образ часу, тривалості життя як безперервний рух буття, як минущість прекрасного і гіркого, як те, що "**сніє-зріє**" і не може бути досягнуто раніше визначеного часу: *"Терен, мати, лист різьблений... / Нащо й рвати, ще зелений, / **сніє-зріє** коло хати. / Нащо ж сум той колихати? / В скрусі буду – перебуду, / кого люблю – не забуду. / Сум та іній – то те ж саме: / зійде сонце – сум розтане* [Коломієць 1969, 121]". Часто для ліричного героя минуле пов'язане з виключно позитивними спогадами про своє дитинство, про

матір. Так у поетичному контексті "*Від яблунь тіні **просиво-зелені**... / І проступа мені минуле, / мов стертий роками дереворит, / та й знову туманіє: материнські очі...*" [Коломієць 1969, 25]" індивідуально-авторський неологізм "*просиво-зелені*", який має асоціативний зв'язок із флорообразами, допомагає митцю увиразнити художній вияв образу давніх спогадів.

Подекуди образ плину часу, проминання життя існує у свідомості ліричного героя як певний негативний досвід, художній вияв якого посилюється шляхом уведення поетом у текст авторського флороніма на позначення смакових відчуттів "*солоноросся*" – *Я коло тебе... / Й перенісся / знов лиш до себе. / Перейшов / твоє й своє **солоноросся**, твою й свою любов* [Коломієць 1969, 104]. Інколи життя для ліричного героя Володимира Коломійця постає як певна дуалістична сутність, репрезентована боротьбою мрій та реальності. Так, індивідуально-авторський неологізм із акустичною семантикою "*поишелест*" допомагає митцю увиразнити образ мрії як сну з метою максимально вираженого контекстуального протиставлення йому образу біди, порівняймо: "*Отак життя. Отава молода. / Шовковим **поишелестом** щастя сниться... / І враз опблить – упаде біда* [Коломієць 1975, 54]".

Часто автор використовує неолексеми-флороніми з метою створення яскраво позитивних художніх образів, образів геніїв, синів своєї Батьківщини, які вічно "*цвітуть-живуть*" у пам'яті людства, порівняймо: "*Ці думи світанкові! В душі – твій Богданович. / Купала твій і Колас / **цвітуть-живуть** у слові* [Коломієць 1975, 34]", яким митець протиставляє "*спліснявілих*" холоуїв, ледарів, людей, про яких ніколи не згадають – *Син холуйський, / щоб ти луснув, / **спліснявілий** у хохлуйстві...* [Коломієць 1990, 14].

У поетичній мові В. Коломійця також знаходимо метонімічно-образні номінації рослин: **вуса-антени** (*Скільки зерну / потрудитись треба, / поки виросте! / ...Потім пнутись, пнутись... / пружностебло / переймать на себе хвилю теплу... / Теплу, стерплю! – / **вусами-антенами** промені ловити...* [Коломієць 1975, 138]); **калина-полива** (*Мов жмут багряного жбурнув / хтось дужий з кручі / та й зупинив у навістіжних очах... – Мій світ! / **Калиною-поливою** заллята,*

/ о птице, о майолійко, лети [Коломієць 1969, 5]). Образ калини досить активно представлено в поетичній мові автора, що своєю чергою надає деяким його текстам певної фольклорно-образної конотації. Так, у поетичному контексті: "Глуна ніч – / ординська ніч над берегом **калинним**..." [Коломієць 1990, 102]" неолексема "**калинний**" бере участь у художньому зображенні України як калинного берега. У зазначеному тексті шляхом протиставлення образів ночі та калинного берега, автор створює образ певного сакрального топосу, місця затишку, Батьківщини. Зауважимо, що вживання неолексем-флоронімів з метою сакралізації топосу є досить поширеним художнім прийомом у поетичній мові Володимира Коломійця, пор.: *Ще сняться спинам, що літаєм, / і, поки сняться білі сні, – / од забуття, од німими / тікаєм поза маєм-гаєм...* [Коломієць 1990, 139], або ж – *"Вечір тихо в ніч спускається, як павучок. / Вже сад-садонько дрімає... / Журить тато грушку..."* [Коломієць 1990, 87]" – тут можемо простежити додатково певну ітимізацію тону розповіді в результаті використання митцем неолексеми "**сад-садонько**" зі зменшено-пестливим значенням. Інколи сакральний топос набуває позитивних конотацій (**квітиться**) у результаті виконання ліричним героєм певних дій, напр.: *"Там, де ми проїхали, – / цухнуть люті віхоли, / коліями світиться / битий шлях, / пролісками **квітиться** / квітень на полях* [Коломієць 1975, 43]".

У поетичній мові В. Коломійця представлено деривати на позначення рослин за їхніми функціональними характеристиками й властивостями: **тополенька-трепета** (*Немов тополенька-трепета – / живого слова добра віть. / І вища мудрість для поета: / повік цей рідний край любить...* [Коломієць 1990, 297]); **суцвіт-тя-віяло** (*Цвинтарочка, центурочка, / та ж ясен ясенець, – / зацвів золототисячник. / І червеню – кінець. / ... Свіжильнику, сердушнику! / Який Діоскорид / пилок галактик звітрених / до тебе докурить? / Упав золототисячник / коню під копито – / спанхнув суцвіттям-віялом ... / Відкіль? – Не зна ніхто.* [Коломієць 1975, 169]); **дуб-гримайло** (*Грозою протята / віть дуба-гримайла!* [Коломієць 1990, 297]). Як відомо, за народними уявленнями, грім

вважається святим, оскільки має небесне походження, бо є результатом дій небожителів [Булашев 1992, 40], та постає провісником шлюбного союзу землі й неба, пробуджує землю, зумовлюючи її плодючість [Дишлюк 2002, 158]. Не випадково в поезії Володимира Коломійця з образом грому пов'язується образ дуба – архетипного образу Світового дерева в міфологічних уявленнях українців.

Серед номінацій на позначення рослинного світу в поетичній мові Володимира Коломійця особливе місце займають прикладкові утворення, пов'язані з образом трави, передаючи її оцінні характеристики за смаковими (*сладима-трава*), тактильними (*трава-жорства*), зображальними ознаками (*трави-чуби*), за віднесеністю до певних культурно-історичних реалій (*троян-трава*): **сладима-трава, трава-одолян** (*Марю: мимо пройшла, лиш гукнула: – Здоров! – / І луною з дібров: сум найперший ... любов. Ой сладима-трава! ... ой трава-одолян!... / Юність, юність моя! Тільки мрево здаля... [Коломієць 1975, 105]*); **трава-жорства** – *Тільки знаю: ця стежка про мене забуде, і цей степ, і трава-жорства.* [Коломієць 1990, 168]; **трави-чуби**: (*Ой, кругла земля на чотири дороги, / метляються трави-чуби. / Торкаються русих чубів босі ноги, / в землі – черепи.* [Коломієць 1990, 32]); **троян-трава** (*Переярком – в дикі сурми. / По троян-траві – / боянам... / Яриную – / в ясен сум мій, / в ярмарки, яким не в'януть... [Коломієць 1975, 134]*).

У поетичних текстах В. Коломійця також досить поширені номінації рослинного світу із семантикою збірності: **грозовіття** (*Петро Могила липи посадив / у Києві, при церкві десятирній, / трьохсотий липень бджіл у них роїв, / і солов'ї злітались на гостини / до сивих круч, під бані золоті, / погожої і страдної години. / А може, липи вже давно не ті, / а може, пам'ять лиш у грозовітті.* [Коломієць 1990, 102]); **дубовіття** (*Блискавка себе не чує, / блискавка в собі ночує, / блисне гаєм – в дубовіття... / Грім по ній буває – аж через століття!* [Коломієць 1990, 157]).

Надзвичайно колоритною є неолексема "**многококос**" у поезії В. Коломійця "**На концерті кобзарів**", де вона виступає метонімічною художньо-образною номінацією великої сукупності

людей – ...зал приишик... / мов не зал хитнувсь – **многокоłos**, / колихнув його / старця речитатив... [Коломієць 1990, 9]. Семантична вказівка на велику сукупність людей у зазначеному новотворі зумовлюється як власне лексичним значенням самого деривата, так і поетичним макроконтекстом. Зокрема, лексема-складник "коłos" виступає вербалізатором образу коłosся, яке часто в художніх текстах символізує людське життя. Застаріла лексема "много", виконуючи функцію безпосередньої вказівки на кількість, внаслідок певної смислової архаїзації контексту (звернімо також увагу на введення автором образу старця) та створення емоційно-піднесеного, урочистого тону в поезії (чому сприяє і лексема "речитатив"), експресивно посилює й поетично увиразнює семантику кількісного вияву, порівняймо – "Мов не зал хитнувсь – **многокоłos**, / колихнув його / старця речитатив...". Компонент "много" на позначення множинності в новотворі "**многокоłos**" та граматичні показники сингулятивності надають оказіоналізму значення збірності, певного смислового узагальнення, семантично посилюючи масштабність вияву художнього образу. Значення великої кількості людей у тексті експресивно посилюється введенням вербативів із семантикою однократного руху "хитнувсь", "колихнув", які асоціативно пов'язуються з образом житнього поля. Многокоłos, таким чином, функціонує як цілісний національно-словесний художній образ жита, який символізує людське суспільство, людську сутність, "хлібочоле поле" – *Ось думка легку мережку гаптує – / у степ, хлібочоле поле із запахом сонця...* [Коломієць 1990, 82].

У деяких художніх контекстах можемо простежити використання В. Коломійцем авторських флоролексем з метою зображення чи увиразнення вияву певних явищ природи, стану довкілля, пір року, напр.: "Слів хотілося теплих-теплих, / щоб, як літепло, хлюпотіли / і лилися, як дощ **довгостеблій** [Коломієць 1969, 28]"; "Та ні, то ж не орли, / не росне **зелен-диво**, / то ж починають козаки / варити з ляством пиво [Коломієць 1990, 29]"; "Тривожну вість несе у строфи / **кленоволистий жар**, / що назріває катастрофа / в архітектурі хмар [Коломієць 1969, 65]". 3-поміж одиниць зазначеного класу на особливу увагу заслуговують похідні з акустичною

семантикою, такі як "грай-листя" та "нешелестінь", що увиразнюють передачу стану довкілля шляхом репрезентації певних звукових виявів, порівняймо: "... *грай-листя* звуків золотих / вітер підхопив [Коломієць 1990, 168]"; "*Медові зорі котяться в отави, / і стигне золота нешелестінь* [Коломієць 1975, 54]".

Таким чином, у поетичній мові Володимира Коломійця новотвори на позначення світу флори використовуються з метою посилення вияву художніх образів персонажів, образу часу, тривалості життя, метонімічно-образної номінації рослин, позначення рослин за їхніми функціональними характеристиками й властивостями, зображення чи увиразнення вияву певних явищ природи, стану довкілля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булашев Г. О. Український народ у своїх легендах та віруваннях / Булашев Г. О. – К. : Довіра, 1992. – 414 с.
2. Дишлюк І. М. Лексико-семантичне вираження концепту "природа" у поетичній мові Ліни Костенко: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Дишлюк Інна Миколаївна – Харків, 2002. – 188 с.
3. Коломієць В. Р. День творення: Лірика / Коломієць В. Р. – К. : Молодь, 1975. – 175 с.
4. Коломієць В. Р. Поміж чуттями і дивами: Поезії / Коломієць В. Р. – К. : Рад. письменник, 1969. – 142 с.
5. Коломієць В. Р. Семигори / Коломієць В. Р. – К., 1990. – 419 с.
6. Омельковець Р. С. Номінація лікарських рослин в українському західно-поліському говорі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / Р. С. Омельковець. – К., 2004. – 19 с.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. Н. Строкаль, канд. філол. наук, асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

Поэтика индивидуально-авторских флоронимов в текстах Владимира Коломийца

В статье рассмотрены особенности функционирования окказиональных номинаций объектов флоры в поэзии Владимира Коломийца. Исследован характер использования неологизмов с семантикой явлений флоры в художественном тексте с целью создания ярких поэтических образов.

Ключевые слова: флороним, неологизм, идиостиль, поэтика.

O. Strokal, PhD in Philol, Assistant Lecturer
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**The poetics of individual-author's nominations
of objects of flora in Vladimir Kolomijet's texts**

The article deals with the peculiarities of occasional nominations of flora objects in the poetry of Vladimir Kolomijets. In the article was investigated the character of usage of neologisms with semantics of the phenomena of flora in the literary text for the creation of bright poetic images.

Keywords: *floronym, neologism, idiastyle, poetics.*

УДК 811.161.1'42

Н. Н. Сыромля, канд. филол. наук., науч. сотр.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

ОСОБЕННОСТИ ДИСКУРСА ДЕТСКОГО ЖУРНАЛА

В статье анализируются особенности дискурса детского журнала: формы существования, взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в процессе экспликации ментального пространства посредством концептов, ключевых слов культуры, прецедентных феноменов. Выявляются характерные особенности иллюстративного материала как паралингвистической составляющей дискурса: прецедентность, детализация, аниматизм / антропоморфизм.

Ключевые слова: *дискурс, ментальное пространство, детский журнал, иллюстрация.*

Согласно ставшему классическим в русистике определению Н. Д. Арутюновой, дискурс – это "... (от франц. discours – речь) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими ... факторами..., речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания... Д. – это речь, "погруженная в жизнь" ... Д. включает паралингвистическое сопровождение речи ... Д. изучается совместно с соотв. "формами жизни" (ср. репортаж, интервью, экзаменационный диалог, светская беседа...)" [2, с. 136–137].

В целом ряде трудов проанализировано становление лингвистической категории дискурса. Назовем некоторые из них: "Культура русской речи: Энциклопедический словарь справочник", "Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми" Е. А. Селивановой и др. Следует обратить внимание на отмечаемую многими исследователями размытость категории дискурса: на многозначность термина обращали свое внимание многие исследователи (Л. Ю. Иванов, Т. М. Николаева, Ю. С. Степанов, Е. А. Селиванова и др.).

Проблема дискурса была сформулирована в западноевропейском языкознании в 50–60-е годы XX века. В работе Л. П. Ивановой "Дискурс микросоциума (типичной семьи с типичной фамилией)" (Киев, 2015) высказывается мысль о том, что дискурс как лингвистический термин впервые употребили Э. Бюиссанс и З. Хэррис. Автор останавливается на основных трактовках дискурса во французской традиции, отмеченных П. Серио: во-первых, дискурс – комбинации, посредством реализации которых субъект речи использует код языка; во-вторых, – единица, по размеру превосходящая фразу, высказывание в глобальном смысле; то, что является предметом исследования "грамматики текста", которая изучает последовательность отдельных высказываний; в-третьих, воздействие высказывания на его получателя и его внесение в "высказывательную" ситуацию (что подразумевает субъекта высказывания, адресата, момент и определенное место высказывания); в-четвертых, при специализации значения дискурс обозначает беседу как основной тип высказывания; в-пятых, термин дискурс часто употребляется также для обозначения системы ограничений, которые накладываются на неограниченное число высказываний в силу определенной социальной или идеологической позиции; в-шестых, специфическое определение, основанное на разграничении дискурса и высказывания. Высказывание – это последовательность фраз, заключенных между двумя семантическими пробелами, двумя остановками в коммуникации, дискурс – высказывание, рассматриваемое с точки зрения дискурсного механизма, которое им управляет. Взгляд на текст с позиции его структурирования в языке: текст = высказывание, с точки зрения лингвистического исследования условий производства текста: текст = дискурс [3 с. 11].

Общим местом во всех дефинициях дискурса является акцент на тесной связи текста и дискурса. Однако, В. Е. Чернявская разводит понятия текстового и дискурсивного анализа в "Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка": "Если анализ текста направлен в первую очередь на внутренние – внутритекстовые отношения высказываний между собой, их пропозициональную и иллокутивную структуру, взаимоотношения текстового целого и его частей, то анализ дискурса характеризует внешние по отношению к тексту особенности коммуникативного процесса. Дискурсивный анализ сконцентрирован на степени и характере влияния различных факторов коммуникативно-речевой деятельности, как непосредственного ситуативного контекста, так и более широкого экстралингвистического фона на формирование языковых закономерностей конкретного произведения" [8, с. 54].

Автор считает, что образующие дискурс тексты тематически связаны и едины в коммуникативном и функционально-целевом отношении, следовательно, "...в качестве эмпирической основы изучения дискурса того или иного типа выступают сферы человеческой коммуникации и практики, области знания, типологии текста и др. (ср. научный Д.; медицинский Д.; Д. функциональной стилистики; Д. фашизма; Д. средств массовой информации)" [8, с. 55].

Исходя из выше сказанного, соотнесем понятие дискурса с коммуникативной деятельностью, возникающей в процессе взаимодействия читателя с детским периодическим изданием – журналом.

Последние несколько десятилетий внимание украинских и российских филологов направлено на детскую периодику, которая изучается с различных точек зрения: исторический аспект (Антипчук 2008, Вологина 2011, Корнеева 1999, Корнилова 2002 и др.), общие проблемы (Галковская 2002, Капустина 2014, Круль 2009, Орлик 2011, Петрова 2013, Стаднийчук 1999 и др.), типологическая классификация детских периодических изданий (Давидченко 2008 и др.), содержание и форма, общая характеристика детского журнала (Бессараб 2008, Васнева 2006, Сокирян 2006 и др.), анализируются отдельные издания, например, "Ёж" и "Чиж" (Беленькая 1984), "Барвінок" (Давидченко 2004), "Соняшник"

(Литвин 2002), "Малютко" (Заец 2010), и др. Однако детский журнал как дискурс не становился объектом изучения филологов.

Охарактеризуем основные особенности дискурса детского журнала.

Детский периодический журнал, выполняя функцию канала передачи информации и носителя коммуникативного пространства на своих страницах, на сегодняшний день имеет следующие формы существования: печатную ("бумажную"), аудиовизуальную (например, радиожурнал), электронную (CD, DVD диски, электронный формат для рассылки на электронный адрес), сетевую (онлайновую).

Детская аудитория нашей страны, по данным "Каталога периодических изданий Украины" за 2012–2014 гг. и поисковых Интернет-систем, имеет доступ к печатным, аудиовизуальным, электронным и сетевым изданиям.

Отметим, что взаимодействие ребенка с журналом начинается в семье, которая, по Л. П. Ивановой, является микросоциумом и создает свой дискурс – дискурс микросоциума семьи, где, обязательно есть любимые книги, музыка, кулинарные блюда, песни [3], праздники, любимый журнал и т.д. Следовательно, одна из основных функций дискурса детского журнала, на наш взгляд, – это актуализация определенного ментального пространства – некоего "внутреннего мира" в окружающем нас мире, предлагаемого читателю весьма юного возраста (в рамках исследования взят материал журналов для детей от 2-х до 6 лет. То есть любимый детский журнал формирует ментальность в процессе развития языковой личности ребенка – "миросозерцание в категориях и формах родного языка, в процессе познания соединяющее интеллектуальные, духовные и волевые качества национального характера в типичных его проявлениях" [4, с. 15], свойственные данному микросоциуму – семье.

Основными единицами ментальности являются концепты, ключевые слова культуры, прецедентные феномены (А. Вежбицкая, Л. П. Иванова, Л. Н. Мурзин, В. В. Красных). Мы рассматривали функционирование вербальных символов в поэтических текстах детских периодических изданий [9; 10], поскольку "си-

мволы ... ценнейший источник сведений о культуре и менталитете народа, в них как бы законсервированы мифы, легенды, обычаи" [6, с. 4].

Отметим следующую особенность анализируемого дискурса: детский журнал является разновидностью медиатекста, концепция которого выходит за рамки знаковой системы вербального уровня, его фактура "состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык))" [6, с. 180–181] (см. также работы Анисимовой Е. Е., Большаковой Н. Н., Баранова А. Г., Паршина Л. Б. и др., продолживших и развивших исследования одного из основателей отечественной паралингвистики Г. В. Колшанского, а также работы Николаевой Т. М., Успенского Б. А., Горелова И. Н. и др.).

Анализ материала показал, что на страницах детского издания используются следующие паралингвистические средства: синграфемные (художественно-стилистическое варьирование пунктуационных знаков), супраграфемные (шрифтовое варьирование), топографемные (плоскостное варьирование: отклонения от стандартного оформления полей текстового массива, которое актуализирует соответствующую часть текста), архитектоника, иллюстрация [1, с. 110].

Наиболее яркой особенностью дискурса детского издания является активное использование иллюстрации, особенно для дошкольной аудитории (к сожалению, формат статьи не позволяет привести цветные приложения соответствующих изображений).

Проведенный нами анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющих на страницах детского журнала позволил выявить следующие особенности иллюстраций.

1) **Прецедентность** обусловлена возрастом, который диктует объем и содержание уже усвоенной информации, к которой можно апеллировать. Как отмечает В. В. Красных, "Прецедентные феномены могут быть как вербальными, так и невербальными: ... произведения живописи, скульптуры, архитектуры, музыкальные произведения и т. п." [5, с. 46]. Именно прецедентные феномены являются экспликаторами ментального пространства [3], которое

создается в процессе коммуникативной деятельности, возникающей при чтении журнала. Примерами могут служить изображения известных персонажей сказок, мультфильмов, а при наличии звукового приложения к журналу в виде диска или на интернет-странице – записи песен, аудио-сказки, слайды сказок и рассказов, видео. Например, в каждом номере "Веселых картинок" основные персонажи – веселые человечки, изображения которых имитируют написание букв названия журнала (именно в 1979 г. Виктор Пивоваров, художник-нонконформист, создал знаменитый логотип журнала, состоящий из "букв-человечков"): Карандаш, Самоделкин, Незнайка, Дюймовочка, Гурвинек, Чиполлино, Петрушка, Буратино – многие из них являются персонажами фольклорных и литературных произведений, представляющих культурные традиции разных стран.

2) **Детализация** способствует формированию энциклопедических знаний: в иллюстрациях произведений и на обложке обязательно присутствуют временные показатели (время года, часть суток), характерные для данного периода события, природные явления и т.д. Например, на обложке новогоднего номера "Веселых картинок" изображен хоровод зверей на снежной поляне в лесу вокруг новогодней елки: экзотические звери-гости (жираф, слон) одеты в зимнюю одежду, а животные, распространенные на территории стран Советского Союза не мерзнут, привычны к климату ("Веселые картинки" № 1, 1960, обложка).

3) **Аниматизм / атропоморфизм** – характерная черта изданий для детей: оживают и очеловечиваются животные, птицы, растения и т.д.: растения принимают облик, соответствующий названию, для лучшего запоминания на основе ассоциации по сходству: грибы "лисички" изображены с лисьими мордочками, цветок "львиный зев" – в виде львиной головы с приоткрытой пастью, стебель цветка "колокольчик" увешан нарисованными металлическими колокольчиками ("Веселые картинки" № 1, 1960); автомобили с фарами-глазами, паровоз как живое существо ("Веселые картинки" № 11, 1974 г.), чудо-хлебоуборочная машина, из которой вылетают готовые хлебобулочные изделия ("Веселые картинки" № 7, 1979 г.), дерево с глазами и ртом-дулом и т.д. "Казковий вечір" № 43 (473), 2013, "Познайка",

"Мурзилка". Выявлены следующие группы изобразительного антропоморфизма: 1) внешние атрибуты – утенок на надувном круге, лось в шарфе и варежках, одетые лягушки под зонтиками, сорока с бусами, одежда и аксессуары определенных профессий на представителях флоры и фауны (пуанты, пачка балерины), барашек с бумажным корабликом; 2) ментальные операции – решение персонажами иллюстраций задач, вопросов, проблем, свойственных человеку, умение животных и насекомых разговаривать; 3) проявление эмоций – улыбающиеся звери и птицы, испуганный заяц, сердитый волк, взаимоотношения мамы и ребенка ("Мамине Сонечко", №№ 1–12, 2012, 2013 гг.).

Таким образом, детский журнал является совокупностью идей и понятий, образующих единое целое ментальное пространство. Особенности дискурса детского периодического издания – журнала, выявленными на разных временных срезах, являются: 1) различные формы существования (печатная, аудиовизуальная, электронная, сетевая); 2) выполнение функции экспликации ментального пространства; 3) активное взаимодействие вербальных и невербальных компонентов: широкое использование в том числе иллюстраций, которые способствуют экспликации ментального пространства, представленного концептами, ключевыми словами культуры, прецедентными феноменами. Характерными чертами иллюстративного материала в рамках анализируемого дискурса являются прецедентность, детализация, аниматизм / антропоморфизм.

Перспективным представляется анализ компонентов ментального пространства детского журнала в синхроническом и диахроническом аспекте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Большакова Н. Н.* Игровая поэтика в литературных сказках Михаэля Энде : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Большакова Наталья Николаевна. – Смоленск, 2007. – 222 с.
2. *Большой энциклопедический словарь. Языкознание* / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – 2-е изд. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.
3. *Иванова Л. П.* Дискурс микросоциума (типичной семьи с типичной фамилией) / Иванова Л. П. – Киев : Освита України, 2015.
4. *Колесов В.В.* Язык и ментальность / Колесов В. В. – СПб. : "Петербургское Востоковедение", 2004. – 240 с.

5. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурологія / В. В. Красных: [курс лекцій]. – М. : ИТДГК Гнозис, 2002. – 284 с.

6. Маслова В. А. Лінгвокультурологія : Учеб.пособие для студ. Высш. учеб. заведений. / Маслова В. А. – М.: Издательский центр "Академия", 2001. – 208 с.

7. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолізованні тексти і їх комунікативна функція // Оптимізація речевого впливу. – М. : Высшая школа, 1990. – С. 180–186.

8. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. – М., 2003.

9. Сыромля Н. Н. Експлікація символу "Солнце" в поетическому тексті дитячого руськомовного журналу // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Лінгвістика": Збірник наукових праць. Випуск XVIII. – Херсон: ХДУ, 2013. – С. 302–305.;

10. Сыромля Н. Н. Лінгвокультурологічний аналіз символу "Дождь" в поезії дитячих журналів України // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. пр. Випуск 45. Частина 3. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2013. – С. 304 – 309.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Н. М. Сыромля, канд. філол. наук, доц., наук. співроб.
Інститут філології КНУ ім. Т. Шевченка, м. Київ

Особливості дискурсу дитячого журналу

У статті аналізуються особливості дискурсу дитячого журналу: взаємодія вербальних і невербальних компонентів у процесі експлікації ментального простору за допомогою концептів, ключових слів культури, прецедентних феноменів. Виявляються характеристики ілюстративного матеріалу як паралінгвістичної складової аналізованого дискурсу: прецедентність, деталізація, аніматизм / антропоморфізм.

Ключові слова: дискурс, ментальний простір, дитячий журнал, ілюстрація.

N. Syromlya, PhD in Philol., Research Staff Member
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Peculiarities of children's magazine

The article analyzes the characteristics of the children's magazine discourse. It deals with the interaction of verbal and non-verbal components in the process of explication of a mental space with the help of concepts, keywords of culture, precedent phenomena. Main characteristics of illustrative material as a component of paralinguistic part of the discourse are identified, namely, precedency, detailed elaboration, animatism / anthropomorphism.

Keywords: discourse, mental space, children's magazine, illustration.

М. М. Святенко, магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ В РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

У статті розглядаються особливості реалізації різних типів інтертекстуальності в англомовних рекламних повідомленнях. Проаналізовані інтра- та інтердискурсивна інтертекстуальність, а також вербальні компоненти рекламних текстів з візуальною інтертекстуальністю. Досліджені способи включення інтертексту та структурно-семантичні прийоми трансформації прецедентного тексту.

Ключові слова: інтертекстуальність, рекламний текст, цитата, алюзія, алюзивне ім'я, візуальна мова.

Інтертекстуальність в рекламі привертає увагу цільової аудиторії та забезпечує створення як незабутніх образів рекламованих товарів та послуг, так і привабливого іміджу бренду.

Актуальність роботи визначається загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення особливостей функціонування мови в суспільстві. Постмодернізм орієнтується на інтерпретативну комунікативну компетенцію індивіда. У зв'язку з цим дослідження інтертекстуальності набуває особливо важливого значення у таких прагматично спрямованих текстах, як рекламні. Адже для того, щоб розпізнати постійно зростаючу кількість інтертекстуальних посилань в рекламі, необхідно розширювати інтертекстуальну компетенцію шляхом всебічного дослідження цього явища.

Матеріал дослідження складає 630 рекламних текстів, отриманих методом вибірки з архівів реклами та Інтернет-джерел за період 2005–2014 рр.

Рекламний текст (РТ) як креолізоване повідомлення, що має на меті переконати адресата у позитивності рекламованого товару і, відповідно, спонукати до його купівлі, має певні семантичні особливості та користується набором визначених лексичних та стилістичних засобів. "Канонічність РТ передбачає існування відносно жорсткої моделі його композиційної будови, обмеженість об'єму, специфіку графічного оформлення, а крім то-

го, – використання лексичних мовних засобів динамічного експресивно – клішованого типу, синтаксичних повторів, імперативних, окличних конструкцій тощо" [4, с. 5].

Для У. Еко реклама – це, перш за все, складні конфігурації сем, а її техніка "тим більше привертає увагу, чим більше порушує прийняті комунікативні норми, перебудовуючи таким чином систему риторичних очікувань". Найважливіші складові – естетична (домінує в зображенні) та емотивна (домінує у тексті) [9, с. 177–180].

В епоху постмодерну, теоретики часто стверджують, недоцільно говорити про оригінальність або унікальність. Саме тому будь-яке творіння є системою інтертекстуальних семантичних каналів з іншими джерелами, з великою кількістю алюзій, нанизуванням цитат тощо.

Термін "інтертекстуальність" був введений Ю. Крістевой в 1967 р., а свою теорію інтертекстуальності вона розробила на основі переосмислення робіт М.М. Бахтіна. На думку дослідниці, будь-який текст будується як мозаїка цитатій, адже це вибирання і трансформація іншого тексту та місце постійного взаємобміну між безліччю фрагментів [5, с. 429].

Канонічне ж визначення "інтертексту" належить Р. Барту: "Кожен текст є інтертекстом; інші тексти присутні в ньому на різних рівнях у більш або менш упізнаваних формах; тексти попередньої культури накладаються на тексти оточуючої культури. Кожен текст становить собою нову тканину, зіткану зі старих цитат" [1, с. 115]. Саме тому будь-який текст є між-текстом щодо іношого, оскільки він створює свій простір, де функціонує та трансформується незліченна кількість неавтентичних текстів.

Ю. М. Лотман розширює поняття тексту до дефініції "культурного тексту", розглядаючи культуру як унікальний, ієрархічно побудований та складно переплетений механізм, утворений як система різних семіотичних просторів [6, с. 436]. Зрештою ця ідея звелася до того, що буквально все стало розглядатися як текст: література, культура, суспільство, історія і, власне, сама людина. "Положення, що історія і суспільство можуть бути прочитані як текст, призвело до сприйняття людської культури як єдиного інтертексту, який в свою чергу слугує претекстом для появи нових

повідомлень та творення смислів". У цьому випадку мова йде про тотальний простір інтертекстуальної гри [3, с. 225].

Тож виокремлюють дві моделі інтертекстуальності: у вузькому розумінні інтертекстуальність постає як постійний процес взаємодії текстів (як ідей, так і способів їх втілення), а в широкому (радикальному) – як переплетення тексту та дійсності у загальному ланцюзі світової культури, адже позатекстової реальності взагалі не існує. У першому випадку інтертекстуальність розглядається як специфічна характеристика окремої групи текстів, а в другому – як універсальна якість будь-якого тексту, у якому присутні сліди безмежної сітки текстових посилань та перетинів, а кожен текст розуміється як висловлювання та інтертекст [8, с. 194–195].

Вихідним положенням сучасного лінгвістичного аналізу стає розуміння інтертексту як мовної форми присутності тексту в тексті.

Французька дослідниця Н. П'єге-Гро виокремлює такі прояви інтертекстуальності в текстах.

1. Цитата: її можна назвати емблематичною формою інтертекстуальності, оскільки вона дозволяє безпосередньо спостерігати, яким чином один текст включається в інший. Матеріальним проявом вживання є друкарські прийоми: використання курсиву, лапок тощо. Проте цитату можна розглядати і як мінімальну форму інтертексту, адже вона відразу ж впадає в очі і не вимагає від читача особливої проникливості або ерудиції;

2. Референція: текст, на який посиляється автор, безпосередньо не присутній у його власному тексті;

3. Плагіат: пов'язаний з імпліцитною інтертекстуальністю; наведення уривку з якого-небудь твору, без вказівки на те, що він належить іншому автору;

4. Алюзія: позбавлена буквральності та експліцитності, тому уявляється чимось більш делікатним за цитату; окрім літературних творів, може відсилати читача до історії, міфології, громадської думки або до загальноприйнятих звичаїв [7, с. 84–91].

Г. Кук розрізняє 2 типи інтертекстуальності в рекламі: пряму (інтрадискурсивну) – текст посиляється на інше повідомлення цього ж жанру, та непряму (інтердискурсивну) – відбувається

відсилання до інших жанрів та залучається культурний контекст, який і дозволяє адресату декодувати повідомлення [10, с. 194].

Проаналізований матеріал показав, що інтрадискурсивна інтертекстуальність зустрічається лише у сферах з високою конкуренцією. Рекламні війни складають 5 % від загальної кількості міжтекстових проявів. Тривалість подібних дуелей залежить від готовності і бажання опонентів розпочати експліцитне протистояння та відповісти на виклик. Для таких рекламних текстів характерно.

1. Подібна просторова організація повідомлень (це стосується як тексту, так і візуальних компонентів): семіотичні коди реклами мають схожу структуру. Наприклад, у рекламі товарів бренду Blackberry (2012 р.) бачимо яблуко (символ фірми – конкурента Apple), крізь яке внаслідок своєрідного пострілу безперешкодно проходить ягода ожини (символ Blackberry). Візуальний ряд супроводжується повідомленням *"The world's first touch-screen Blackberry. Nothing can touch it"*. Таким чином, відбувається виокремлення компанії та її позитивна оцінка за рахунок конкурента, який характеризується заперечним займенником *nothing* і набуває негативної конотації. Відповідь Apple відтворює сцену, зображену у попередній рекламі, але ягода ожини розбивається об яблуко. Повідомлення завершується текстом *"Simple facts"*, який увиразнює переваги рекламованого товару над продукцією конкурентів і водночас є алюзією на корпоративну культуру компанії, де простота (*simplicity*) є однією із ключових позицій.

2. Звернення до конкурента (вживається назва іншої фірми або використовується її візуальна символіка). Так, у рекламному повідомленні автокомпанії Audi 2009 р. *"Chess? No, thanks, I'd rather be driving"* натыкається на турнір з шахів, проведений за сприяння BMW. Наступний текст кидає виклик конкурентові, послуговуючись алюзіями на гру в шахи та прямо називаючи адресата повідомлення: *"Your Move, BMW"*. Така експліцитність є характеристикою агресивної реклами. У відповіді BMW теж використовувалась шахова термінологія: *"Checkmate"*, що припускало безвихідь та програш опонента у цій словесній дуелі. Проте антагонізм рекламистів закінчився лише заявою Audi *"Time to check your luxury badge. It may have expired"*.

3. Протиставлення рекламованої компанії та її конкурента, використання антитетичних конструкцій. Зокрема, бренд Coca-Cola зробив вивіску на будівлі у зв'язку з переїздом офісу: "*Coca-Cola: second floor*" (2009 р.). Через декілька днів поруч з'явилася реклама конкурента "*Pepsi: everywhere*", яка не тільки наслідувала семіотичну організацію тексту опонентів, а й обігрувала вихідне повідомлення. Тож відбувалося виокремлення Pepsi та позитивна оцінка компанії за рахунок протиставлення авторитетного компоненту "*everywhere*" та у порівнянні незначного "*second floor*".

4. Синтаксичний паралелізм повідомлень. Так, суперництво між автомобільними виробниками виразилося у рекламних повідомленнях, що мають схожу семіотичну структуру. У центрі знаходиться автівка, зображення якої супроводжується текстами з використанням паралелізму: "*Congratulations to Audi for winning South African Car of the Year 2006. From the Winner of World Car of the Year 2006*" (BMW, 2006 р.) та "*Congratulations to BMW for Winning World Car of the Year 2006. From the Winner of Six Consecutive Le Mans 24 Hour Races 2000–2006*" (AUDI, 2006 р.). Можемо спостерігати, що вживається безпосереднє звернення до конкурента (назва фірми), іронія, висміювання здобутків опонентів. Успіх компанії протиставляється менш вартісним, на думку рекламистів, тріумфам суперників. Тому присутність у рекламі звершень опонентів лише наголошує на перемогах фірми. Крапку у змаганні поставила автокомпанія SUBARU: "*Well done to Audi and BMW for winning the beauty contest. From the winner of the 2006 International Engine of the Year*". У повідомленні дещо змінюється ракурс зображеного авто, підкреслюється його функціональність у порівнянні з незначними, на думку копірайтерів, рекордами конкурентів. Це слугує для увиразнення переваг фірми.

5. Іронічне сприйняття (досягнень) конкурентів. Наприклад, з рекламного повідомлення Mercedes-Benz (2013 р.) "*Stability at all times. Magic body control. Mercedes-Benz Intelligent drive*" запозичуються візуальні елементи та здобутки компанії для реклами Jaguar. Успіх опонентів ставиться під сумнів через запитання: "*Magic Body Control? We prefer cat-like reflexes*". Відповідь Mercedes-Benz також

викликає в аудиторії відчуття непевності через пояснення її причин: *"Because cat-like reflexes aren't fast enough. The PRE-SAFE break"*. Наголошується на позитивній характеристиці рекламованої автівки, при чому така якість відсутня у конкурентів і постає вирішенням певних проблем, з якими зіштовхуються опоненти. Завдяки цьому відбувається розмежування товарів та створення привабливого образу рекламованого продукту.

6. Обігрування / запозичення лексичних складників тексту конкурентів. Зокрема, для реклами нового продукту Pantene у 2010 році був використаний текст *"A Mystery Shampoo!! 80 % women say it is better than anything else. You try, you decide"*. При чому цікавість споживачів заохочувалася ще й зображенням: марку товару можна було розпізнати лише за зовнішнім виглядом традиційної пляшки шампуню. Замість назви був відтворений знак питання. Тож компанія використовує стратегію антиципації: найменування фірми у таких випадках вживається у наступному рекламному повідомленні, коли розкриваються усі "загадки" та експлікується недомовлене. Марка Dove скористалася такою відсутністю розпізнавальних знаків у тексті конкурентів та поруч з їхнім рекламним щитом розмістила напис *"There is no mystery. Dove is the No. 1 shampoo"*. Таким чином, загадка (*mystery*), про яку йшла мова у першому повідомленні, втрачає свою релевантність у другому. Dove стверджує перевагу своїх товарів.

При дослідженні інтердискурсивної інтертекстуальності були виокремлені типи включення інтертексту (Таблиця 1).

Таблиця 1

Способи включення інтертексту у РТ (400 текстів)

Тип	Алюзія 209 (52 %)		Цитата 100 (25 %)		Алюзивне ім'я 91 (23 %)	
Дже- рело	Фільми	70	Афоризми	25	Знаменитості	54
	Літературні твори	57	Фільми	22	Географічні назви	20
	Бренди	43	Прислів'я	15	Вигадані персонажі	15

Виявилося, що найпоширенішим проявом інтертекстуальності в рекламних текстах є алюзія: вона складає 52% від загальної кількості вживань. Найуживанішими прецедентними феноменами є фільми, літературні твори та бренди: *"Valuable ring goes missing for a bit"* [Mars Galaxy, 2011]; *"Fifty shades of white"* [Oslo Vinterpark, 2013]; *"The Declaration of Living Free and Stuff ... of Doing what we want... Let's meet again on July, 4"* [iMeet, 2011].

Цитата використовується у 25 % рекламних повідомлень. Найчастіше цитуються вислови відомих людей, фрази з фільмів та літературних творів: *"Someone must have slandered Josef K., for one morning, without having done anything truly wrong, he was arrested." Every great beginning deserves to be continued"* [Penguin Books, 2013; Franz Kafka *The Trial*].

Алюзивні імена складають 23 % від усіх вживань: *"Homerine. Fiction meets fiction"* [Lego, 2014; бленд Homer + Wolverine].

Вихідний текст без змін використовується у 44 % повідомлень: *"Run, Forrest! Run!" LOEWE Individual 3D – a new reality* [Loewe, 2012]; *"Men are from Mars, women are from Venus. Presumably rent is higher on Mars. Why else would it be that men earn 10 % more than women?"* [Young Women's Christian Association, 2012].

В інших випадках застосовуються такі структурно-семантичні прийоми трансформації прецедентного тексту, як:

1. Заміщення компонентів вихідного тексту (35,5 %): *"The Lord of Christmas: The Fellowship of the Gift. Make Christmas more cinematic"* [Sky, 2012]; *"Brazil, number 1. Go for the win"* [World Cup, 2014; вихідний текст *"Kill Bill, volume 1. Go for the kill"*].

2. Розширення прецедентного тексту (10 %): *"I'll be back and back and back. And after that I'll be back again. Your favorite scene as often as you want"* [Premiere Pay TV, 2009; вихідний текст *"I'll be back"* з фільму *Terminator*].

3. Усічення прецедентного тексту (5 %): *"All that glitters is gold. In an Absolut world"* [Absolut Vodka, 2008].

4. Метатекстуальна конденсація (3,75 %): *"Boy meets girl. Girl pretends to die. Boy dies. Girl dies. Brisbane City Council's flexible employment options will give you time to enjoy the full story"* [Brisbane City Council, 2008].

5. Перестановка компонентів вихідного тексту (1,25 %): "*Killed to dress. Say no to fur*" [Non Profit Awareness, 2009].

Варто зауважити, що переважання візуальної інформації над вербальною є характерною ознакою реклами епохи постмодернізму. А. Д. Белова, досліджуючи відеориторичу у сучасному комунікативному просторі, зазначає, що візуалізація у рекламному дискурсі часто має інтертекстуальне підґрунтя. Таким чином, зображення перетворюється на комунікативний фрагмент, адже імплікує певний підтекст та асоціації [2, с. 24].

Візуальна мова (visual language) визначається як тісна інтеграція слів та візуальних елементів. Візуальна мова має потенціал для збільшення здатності людини сприймати, розуміти і більш ефективно синтезувати значний обсяг нової інформації [11, с. 141].

29 із 200 (14,5 %) аналізованих повідомлень не мають супроводжуючого тексту: знайомі аудиторії образи доповнюються лише логотипом рекламованого бренду. В усіх інших випадках у тексті вживаються слова, які асоціативно пов'язані з образом та одночасно характеризують товар. Таким чином, створюється міцний зв'язок між зображенням та рекламованим продуктом. Наприклад, візуальні образи політичних діячів доповнюють:

1) позитивна оцінка діяльності (пропонується асоціювати товар з такою позитивністю): "*Only good potatoes*" (Pfanni, 2006 [Gandhi]);

2) негативна характеристика діяльності (товар протиставляється негативності): "*History's produced a lot of bad eggs. Thankfully, ours are always good*" (Pioneer Foods, 2007 [Osama bin Laden]);

3) видатність діяча: "*Not everyone's that distinctive*" (Eyezone Prescription Glasses, 2013 [Abraham Lincoln]);

4) впливовість особи: "*Carry more weight*" (Turtle Suits, 2008 [Barack Obama]);

5) національність: "*French to the last crumb*" (Narvesen, 2014 [Napoleon]).

Елементи творів художньої літератури в рекламі зустрічаються у традиційному або трансформованому вигляді. Наприклад, у повідомленнях минулого засобу ОМО (2014 р.) бачимо ілюстрації до казок "*Frog Prince*", "*Alice in Wonderland*" та "*Hansel and Gretel*", що супроводжуються слоганом "*Dirt makes good stories*". Переінакшення звичних сюжетів позначається по-

няттями "зміни", "відмінності": *change, new, another* тощо. Зокрема, транспортна компанія Eurostar у 2007 році послуговується відомою сценою з трагедії В. Шекспіра "Гамлет, принц датський": монолог головного героя з черепом королівського скомоороха Йорика у руці. Проте зображення змінюється: бачимо скелет Йорика, що розмовляє з Гамлетом. Така трансформація та нове потрактування розтлумачуються у супровідному тексті *"London is changing. New journey time. New station. New London"*.

Твори мистецтва репрезентуються в рекламі у супроводі слів з мистецької сфери та вказівки на їхню цінність: *art, the original, age, finest, value, colours, incredible, artwork, talent, an artist* тощо. Зображення змінюється відповідно до задуму рекламистів. Робиться наголос на окремих деталях, а текст пояснює такі зміни. Наприклад, найчастіше у зібраному матеріалі зустрічається загадкова "Мона Ліза" італійського художника Леонардо да Вінчі. Проте у кожному рекламному повідомленні спостерігаємо трансформацію класичної картини. Так, у рекламі Pantene (2007 р., рис. 1) Джоконда має пишну хвилясту зачіску, що демонструє можливості шампуню у догляді за волоссям: *"Restores age-damaged hair"*. Кава Nescafe (2014 р., рис. 2) використовує шедевр світового художнього мистецтва зі зміненими великими очима, а текст розтлумачує таку рекламотворчість: *"The Instant Espresso"*. А у повідомленні Turkish Airlines (2012 р., рис. 3) картина виконана із залученням африканських елементів (зачіска, аксесуари тощо): *"Europe meets the colours of Africa. Fly Turkish Airlines to 26 destinations on the incredible continent"*.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Вживання символіки інших брендів пов'язане з апеляцією до їхньої авторитетності, популярності тощо або з протиставленням двох компаній. Так, до успіху корпорації Apple долучається американський виробник маркерів Sharpie (2013 р.). У повідомленні бачимо трансформований логотип Apple та написані маркером рекомендації щодо його зміни: *"Tilt to the other side. Add a bite here. Love the colors! It all started with a Sharpie"*. Таким чином, текст імплікує, що своїми досягненнями Apple завдячує саме маркерам, що допомогли створити пам'ятну емблему компанії.

У разі протиставлення інший бренд отримує негативну конотацію. Зокрема, рекламне повідомлення Amil Health Insurance (2013 р.) використовує кольори та шрифт логотипу Google для написання слова *Cardiologist* на білому лікарському халаті. Обґрунтування подібної зміни знаходиться у тексті *"You can't trust in a diagnosis with 2.110.000 results. Search for a reliable doctor"*.

Для реклами Sanborns International Gourmet Festival (2013 р.) вживаються прапори Італії, Франції та Японії, утворені з традиційних продуктів цих країн відповідних кольорів. У супровідному тексті рекламодавці створюють новотвори, які використовують назви страв або складники традиційної кухні країн: *"Lasagna. Pomadorable"*, *"Onion Soup. Souperb"*, *"Tempura. Absolutely shrimpressive"*. Оказіоналізми *pomadorable*, *souperb* та *shrimpressive* є блендами слів *tomodoro* (італ.) + *adorable*, *soup* + *superb* та *shrimp* + *impressive* відповідно.

Отже, інтертекстуальність забезпечує яскраве забарвлення та новизну сприйняття вихідних текстів, а тому завдяки їй новостворені рекламні повідомлення привабливі та швидко запам'ятовуються. Тож інтертекстуальність, поєднуючи різні смисли, слугує засобом їхньої когезії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт Р. Избранные работы / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
2. Белова А. Д. Видеориторика в современном коммуникативном пространстве / А. Д. Белова // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – К. : Логос, 2010. – С. 22–34.
3. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм / И. П. Ильин – М. : Интрада, 1996. – 256 с.

4. Киричук Л. М. Прагмасемантичні особливості категорії оцінки в рекламному тексті : Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Л. М. Киричук. – К., 1999. – 15 с.

5. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / Пер. с франц., сост., вступ. ст. Г. К. Косикова – М. : Прогресс, 2000. – С. 427–457.

6. Лотман Ю. Текст у тексті / Ю. Лотман // Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / за ред. М. Зубрицької. – Львів : Літопис, 1996. – С. 428–441.

7. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности: Пер. с фр. / Общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 240 с.

8. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность / В. Е. Чернявская. – М. : Директ – Медиа, 2014. – 267 с.

9. Эко У. Некоторые пояснения: реклама // Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко ; пер. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник – СПб. : ТОО ТК "Петрополис", 1998. – 432 с.

10. Cook G. The Discourse of Advertising / G. Cook. – London: Routledge, 2001. – 256 p.

11. Horn R.E. Visual Language and Converging Technologies in the Next 10–15 Years (and Beyond) / R. E. Horn // Converging Technologies (Nano-Bio-Info-Cogno) for Improving Human Performance (ed. M.C. Roco, W.S. Bainbridge). – Dordrecht, Netherlands: Kluwer, 2003. – P. 141–149.

Стаття надійшла до редакції 24.04.15

М. Н. Святенко, магістрант

Інститут філології КНУ ім. Тараса Шевченка, г. Київ

Интертекстуальность в рекламных текстах

В статье рассматриваются особенности реализации различных типов интертекстуальности в англоязычных рекламных текстах. Проанализированы интра- и интердискурсивная интертекстуальность, а также вербальные компоненты рекламных текстов с визуальной интертекстуальностью. Исследованы способы включения интертекста и структурно-семантические приемы трансформации прецедентного текста.

Ключевые слова: интертекстуальность, рекламный текст, цитата, аллюзия, аллюзивное имя, визуальный язык.

M. Sviatenko, Master Student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Intertextuality in advertisements

The article examines realization of different types of intertextuality in English advertisements. Intra- and interdiscursive intertextuality, as well as verbal components

of visually intertextual advertisements are analyzed. Ways of intertext inclusion and semantic techniques of precedent text transformation are studied.

Keywords: *intertextuality, advertisement, quotation, allusion, allusive name, visual language.*

УДК 811.512.161'276.6:658

К. О. Телешун, канд. філол. наук., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

МЕТАФОРИЗАЦІЯ ЯК ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ ТУРЕЦЬКИХ ТЕРМІНІВ ТОРГІВЛІ

Статтю присвячено аналізу термінів торгівлі турецької мови, утворених шляхом метафоризації. Проаналізовано головні моделі метафоричних конструкцій, що є продуктивними у терміносистемі, зокрема розглядаються метафоричні перенесення за функціональною аналогією, семантичні кальки з англійської мови, однослівні та аналітичні терміни.

Ключові слова: *метафора, термін, турецька термінологія торгівлі, семантична калька, термінологічне словосполучення.*

Актуальність дослідження обумовлюється тим, що вивчення термінів-метафор даної сфери дає можливість збагатити знання про загальні тенденції формування наукової термінології. Окрім того, позначення того чи іншого поняття шляхом метафоризації відбиває зв'язки лексики з історією та реаліями певної професійної сфери, ментальністю та її відображенням у мові.

Метою роботи є аналіз специфіки метафоричної номінації у формуванні досліджуваної терміносистеми, зокрема виявлення основних джерел творення термінів-метафор та побудова метафоричних моделей, що притаманні даній терміносистемі.

Об'єктом дослідження є термінологія торгівлі турецької мови, **предметом** – терміноодиниці зазначеної галузі, утворені за допомогою метафоризації; **матеріалом** – авторська картотека термінів торгівлі, укладена на основі словників та текстів сучасної турецької мови.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що воно є першим досвідом інвентаризації та класифікації турецьких термінів торгівлі, утворених шляхом метафоризації.

Дослідження термінів торгівлі на семантичному рівні виявило, що одним з способів семантичної деривації у фаховій мові торгівлі є метафоризація (метафорично-метонімічні переноси).

Незважаючи на те, що метафоричні назви, за визначенням, не відповідають багатьом параметрам наукового дискурсу, низка вчених, зокрема Л. М. Алексєєва, Н. Д. Арутюнова, В. Г. Гак, С. С. Гусєв, В. В. Петров, Дж. Лакофф, М. Джонсон, Л. А. Капанадзе, Л. В. Івіна, В. М. Прохорова та ін. стверджують, що за своєю природою термінологізація є метафоричною. Метафоричність наукових термінів "виявляється щонайменше двічі мотивованою: з одного боку, загальнолінгвістичною тенденцією розвитку мови науки, з іншого боку, метафоричністю мислення, етапи розвитку якого фіксуються створенням нових термінів" [1, с. 92]. Д. М. Шмельов зазначав, що "... у мові постійно виникають індивідуальні метафори" [11, с. 94]. "Давши поштовх семантичному процесу, метафора поступово стирається і, врешті-решт, втрачає образ, на зміну якому приходять поняття (значення слова)" [10, с. 15].

Л. М. Алексєєва вказує, що "метафоризація як процес має лінгвістичне та гносеологічне обґрунтування. Лінгвістично метафоризація як основа терміноутворення зумовлена тим, що матеріальну базу термінологізації становить природна мова". Гносеологічне обґрунтування метафоризації вона вбачає у тому, що "метафора виступає засобом структурування поняттєвої системи". Дослідниця зазначає, що "названі вище обґрунтування взаємозумовлені: використання метафори в науковій мові можливе тому, що метафора становить основу концептуального мислення людини" [цит. за: 2, с. 5].

На думку Л. В. Івіної, у мові спеціальної галузі знань чи сфери діяльності метафора є найбільш адекватною, більш того, часто взагалі єдиною можливою номінацією певного об'єкта чи процесу. Тому дуже часто лише метафоричний термін дозволяє в процесі спілкування із людьми повідомити про своє розуміння суті явища чи об'єкта, які не мають ще своєї встановленої назви. Незважаючи на всю свою умовність, метафора містить такий об'єм

інформації, який дозволяє їй виконувати функції терміна [5, с. 48]. Уподібнення нового поняття іншому, більш відомому та зрозумілому, є досить типовим шляхом утворення нових науково-технічних термінів, цей спосіб має такі переваги перед іншими, як простота й легкість для запам'ятовування, однак він може спричинити багатозначність та хибне уявлення про поняття.

У літературі існують різні класифікації метафоричних термінів (К. О. Захарчук, Г. Лакофф, Л. В. Івіна, Л. А. Ліпіліна, С. Л. Мішланова, Є. А. Лапиня). При дослідженні метафоричних перенесень у термінології зазвичай використовують класифікацію за джерелом аналогії [6, с. 134–135], зокрема, метафори-терміни, які виникають за схожістю зовнішніх ознак (розмірів, форми, за схожістю консистенції, зовнішнього вигляду та ін.) та за функціональною аналогією. Спираючись на існуючі дослідження, ми встановили, що в турецькій мові торгівлі переважають метафоричні перенесення за функціональною аналогією і на основі класифікації К. О. Захарчук, запропонованої для термінології підприємництва [3], виділили 5 основних сфер запозичення для утворення метафор у термінології торгівлі турецької мови, які за їхньою активністю розподіляються наступним чином:

1) світ людини: *centilmenlik anlaşıması* – джентльменська угода, *fiyat savaşı* – війна цін, *gömləkçi* – знач. людина, яка займається брокерством від свого імені, але через фірми-посередники. Зокрема, серед метафор, пов'язаних зі світом людини, можна виділити такі підгрупи, як родинні взаємини: *kardeş şirket* – філіал компанії, *yavru firma* – дочірня компанія; житло – *taban fiyatı* – порогова (мінімальна) ціна, *tavan fiyatı* – максимальна ціна; фізичні та психологічні стани людини – *doymuş piyasa* – перенасичений ринок, *ölü stok* – мертвий запас, *sakat mal* – неякісний товар, *zauf piyasa* – застійний ринок тощо;

2) світ об'єктів та їхніх станів: зокрема, багато з них пов'язані з природними феноменами і процесами: *dalgali kur* – плаваючий курс, *dondurulmuş fiyat* – заморожені ціни, *gölge fiyat* – прихована ціна, *ölü mevsim* – мертвий сезон, *para akışı* – потік грошей, *sıcak para* – гарячі гроші;

3) світ оціночних визначень: *esnek talep* – гнучкий попит, *iyi kalite* – гарна якість, *iyi pazarlık* – вигідна угода, *kolay satış* –

легкий продаж, ***pahalı para*** – дорогі гроші, *taze para* – додатковий позиковий капітал, ***vergi cenneti*** – податковий рай;

4) світ просторових орієнтацій: *dar piyasa* – перенасичений ринок, ***dış finansman*** – зовнішнє фінансування, *doğrudan ödeme* – прямий платіж, *iç ticaret* – внутрішня торгівля, *sınırlı piyasa* – обмежений ринок;

5) тваринний світ: *Ayl piyasası* – ринок Ведмедів, *Boğa piyasası* – ринок Биків, *sürünen parite* – повзуча прив'язка/ фіксація (курсу валют).

Зооморфні метафори найбільш поширені в біржовій мові. Утворення переносних значень у цій сфері відбувається за подібністю емоційних вражень, викликаних спостереженням за особливостями поведінки живих істот, характерними особливостями їх зовнішнього вигляду. Зокрема, коли мова йде про акціонерів та інвесторів, які грають на біржі (ведмедів та биків), то мається на увазі не просто зорове сприйняття, а психолого-характерологічні уявлення, які приписують тваринам ряд антропологічних рис. Головне, що використано в цих збірних образах-метафорах, – це агресивний напір биків та відносна обачливість ведмедів [4, с. 41].

Незначну кількість метафоричних термінів можна віднести до світу точних наук: *ekonomik gösterge* – економічні показники, *gelir zarfı* – коефіцієнт доходу, *talep eğrisi* – крива попиту тощо. Іншою особливістю є присутність майже в кожній галузі аналізованої терміносистеми аналітичних термінів, у склад яких входять абстрактні прикметники-назви кольору: ***gri piyasa*** – сірий ринок, ***kara borsa*** – чорний ринок тощо.

Таким чином, найбільш численними в турецькій термінології торгівлі є антропонімічні (антропоморфні) терміни-метафори, основою метафоричного переносу яких є людина як біологічна та соціальна істота. Для позначення багатьох явищ та понять використовуються семантичні кальки.

Жанри, у яких зустрічаються терміни-метафори торгівельної галузі, мають широкий діапазон. Це переважно мова мас-медіа: проблемні аналітичні статті, інтерв'ю з бізнесменами, фінансис-

тами, теледебати, промови провідних економістів на теми економічного життя країни тощо. Метафорична комунікація апелює до підсвідомого в людині, метафори є ефективним когнітивним і семантичним засобом впливу на свідомість комуніканта, його комунікативну поведінку [8, с. 174].

Таким чином, аналізуючи термінологію торгівлі турецької мови, ми виявили, що джерелом метафоричних одиниць є різноманітні сфери життя та феномени навколишнього світу і встановили такі особливості процесу метафоризації у зазначеній терміносистемі:

1) метафоричність даної термінології виявляється, як правило, у двокомпонентних термінологічних словосполученнях, а не в однослівних термінах;

2) значна кількість термінів-метафор, незважаючи на те, що вони відносяться за своєю структурою та механізмами утворення до різних груп, характеризуються, з одного боку, образністю, а з іншого, – приналежністю до специфічного професійного сленгу. Зазвичай такі метафори виникають у досліджуваній терміносистемі в результаті транстермінологізації, тобто метафорами виявляються терміни-кальки, які є професіоналізмами у мові-джерелі (американському чи англійському) й у цій якості вони переходять в приймаючу турецькомовну систему [3, с. 80].

3) термінологія торгівлі має міжнародний характер, більшість метафор є калькованими;

4) частина метафоричних одиниць не фіксується словниками, що свідчить про їх належність до okazіonalіzmів і neologіzmів та незакріпленість у загальному лексичному фонді мови.

На відміну від метафоричних, регулярних моделей творення термінів торгівлі на основі метонімічних перенесень значень у результаті проведенного дослідження зафіксовано не було.

Загалом, можна зробити висновок, що неморфологічна деривація в термінології торгівлі відзначається відносно невисоким ступенем продуктивності. Торгівельна термінологія відрізняється від суто наукової більшою образністю, оскільки торгівля тісно пов'язана з соціальними аспектами життя людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Л. М. Термин и метафора: семантическое обоснование метафоризации / Алексеева Л. М. – Пермь : ПГУ, 1998. – 250 с.
2. Жданова Н. О. Терміноутворювальні механізми у сфері біржової лексики: Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.15 / Н. О. Жданова; Донецький національний ун-т. – Донецьк, 2003. – 20 с.
3. Захарчук Е. А. Особенности формирования современной русской терминологии предпринимательства : Дис....канд. филолог. наук / Е. А. Захарчук; КНУ им. Т. Шевченко. – Київ, 2002. – 203 с.
4. Ивина Л. В. Номинативно-когнитивное исследование англоязычной терминосистемы венчурного финансирования : Автореф. дис...канд. фил. наук : 10.02.04 / Л. В. Ивина; Московский гос. лингвистич. ун-т. – М., 2001. – 24 с.
5. Ивина Л. В. Лингвокогнитивные основы анализа отраслевых терминосистем / Л. В. Ивина. – М. : Академический аспект, 2003. – 52 с.
6. Лапина Е. А. Метафора в терминологии микроелектроники / Е. А. Лапина // Метафора в языке и тексте. Коллективная монография. – М. : Наука, 1988. – С. 134–135.
7. Овсейчик С. Метафора в українській екологічній термінології / С. Овсейчик // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : Вид. дім Дмитра Бурого, 2005. – Вип. 16. – Кн. 2. – С. 3–6.
8. Пилипенко Р. Є. Німецький економічний дискурс: методологія, моделі, жанри: Монографія / за ред. Л. І. Сахарчук / Р. Є. Пилипенко. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бурого, 2005. – 316 с.
9. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Селіванова О. О. – Полтава : Довкілля – К., 2006. – 716 с.
10. Теория метафоры / Общ. Ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
11. Шмелёв Д. Н. Современный русский язык : Лексика / Д. Н. Шмелёв. – М. : Просвещение, 1977. – С. 94–96.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

К. О. Телешун, канд. філол. наук, асист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Метафоризация как лексико-семантический способ создания турецких терминов торговли

Стаття посвящена анализу терминов торговли в турецком языке, образованных путем метафоризации. Проанализированы главные модели метафорических конструкций, которые являются продуктивными в данной терминосистеме, в частности, рассматриваются метафорический перенос по функциональной аналогии, семантические кальки с английского языка, однословные и аналитические термины.

Ключевые слова: метафора, термин, турецкая терминология торговли, семантическая калька, терминологическое словосочетание.

Metaphorization as the basis of Turkish trade terms

This article examines the terms of trade of the Turkish language created by metaphor. The main models of metaphorical structures that are productive in this terminology, including metaphorical transfer considered by functional analogy, semantic tracing from English, one-word and analytical terms are analyzed.

Keywords: metaphor, the term, the Turkish trade terminology, semantic tracing, terminological phrase.

УДК 811.161.2

В. Тесленко, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАКРИТИХ ФРАЗЕОЛОГІЗОВАНИХ РЕЧЕНЬ

Стаття присвячена дослідженню структурно-типологічних особливостей закритих фразеологізованих речень. Проаналізовано фразеологізовані одиниці за двома головними структурними схемами $S_{nom} + V_f$ та $S_{nom} + CorpS$, які є основою для творення похідних конструкцій. Закриті фразеологізовані речення розглянуто як структурно й семантично довершені синтаксичні конструкції.

Ключові слова: *закрита структура, структурна схема речення, фразеологізоване речення.*

Під час аналізу фразеологізованих конструкцій необхідно звертати увагу на такі характерні особливості, як:

- 1) компонентний склад конструкцій (обов'язкова наявність чи відсутність певних компонентів);
- 2) семантичне спрямування фразеологізованого речення;
- 3) специфіка актуальних значень;
- 4) реалізація модально-часових субкатегорій предикативності.

За цими критеріями можна виділити два типи фразеологізованих речень – із закритою й відкритою структурами.

Завдяки повному втіленню й розкриттю семантичного значення в самій структурі закриті фразеологізовані речення, на відміну від відкритих, не потребують додаткових уточнювальних компонентів: *благословляється день, воля ваша, враг його знає, діло вигоріло*. Структурні схеми наведених прикладів за-

свідчують єдино визначений порядок лексем у межах фразеологізованого речення з граматично-структурними та семантичними зв'язками всередині конструкції.

Фразеологізовані двоскладні речення закритої структури не здатні до словесного поширення членами з прямою семантикою. Вони можуть функціонувати як вільні речення на граматичному рівні або бути частиною складного речення, наприклад: *Благословляється день* (З газети); *Кат зна що* (П. Куліш); *Воля ваша, добродію, а ви так... говорите, що я того не розумію* (І. Котляревський).

Основні властивості закритих фразеологізованих речень – неможливість розгортання структурної схеми конструкції й закритість функціонально-синтаксичних позицій, які, за спостереженням Б. Нормана, є граматичними нішами (іншими словами – членами речення), що треба заповнити для уточнення певного смислового значення будь-якої синтаксичної структури [Норман 2011, 155].

Під час аналізу структурно-семантичних особливостей закритих конструкцій важливо виділити фразеологізовані речення, які побудовані за найтиповішими структурними схемами. Як відомо, за такими ж схемами утворена більшість звичайних вільних речень, які за структурою є простими двоскладними. Оскільки закриті фразеологізовані речення не здатні до синтаксичного варіювання й уточнення членами з прямою семантикою, їхні структурні схеми є основою під час систематизації матеріалу не лише закритих структур, а й відкритих.

Критеріями для виділення узагальнених мінімальних схем, до яких може бути віднесена будь-яка фразеологічна одиниця були:

- акритість структури;
- непоширеність структури;
- повнота структури;
- відсутність часток, факультативних членів.

Отже, проаналізувавши всі фразеологізовані речення, що мають структуру простого двоскладного речення, можна виділити 2 головні мінімальні схеми, які є основою для творення нових конструкцій: $S_{nom} + V_f$ та $S_{nom} + \text{Copr}S$.

Ці схеми є фундаментом для творення всіх двоскладних речень, у тому числі й фразеологізованих. Якщо ми говоримо про

вільні речення, то ці схеми можуть зазнавати різних варіацій: змінювати порядок компонентів, нанизувати нові елементи, що зумовлені вторинною предикацією, і як наслідок, – вільно змінювати семантику.

Але в контексті фразеологізованих речень стикаємося з таким явищем, як граматична та семантична "закам'янілість", яка може виявлятися більшою чи меншою мірою. Це означає, що будь-яка зміна компонентів фразеологізованого речення, лексичних складників, поява чи втрата елемента в межах фразеологізованої структури може спричинити до абсолютної чи часткової зміни семантичного значення конструкції, бо структурна схема й семантичне значення фразеологізованого речення є невіддільними один від одного, взаємопов'язаними й логічно зумовленими. Фактично фразеологізоване речення репрезентує собою певне значення, яке закодоване в конкретній структурній схемі.

Тому не можна визначати базові структурні схеми як інваріанти, а похідні від них – як варіанти, оскільки кожне фразеологізоване речення є окремою контекстуальною й значеннєвою сполукою, у якій значення й структура нерозривно пов'язані. Саме взаємовизначеність структури й семантики відрізняє фразеологізовані речення від вільних.

За схемою $S_{nom} + V_f$, що є найтиповішою для вільних двоскладних речень, побудована також більшість фразеологізованих речень закритої структури. Вона не має відкритих функціонально-семантичних позицій, що дозволяє говорити про самостійність таких фразеологізованих речень у мовленні, наприклад: *Присутні на зібранні зрозуміли, що припустилися помилки. Атмосфера розжарила* (З газети); *Атмосфера розрядилася, всі від душі реготали, а потім стали пити чай, який привезла Катерина* (З журналу). Однак такі фразеологізовані речення не можуть існувати без контексту, вони вимагають уточнення з попередньої або наступної ситуації в мовленні, інакше семантичне значення фразеологізованого речення буде не ідентифікованим у свідомості.

Щодо самої структури та зв'язків у її межах, то вона характеризується первинною предикацією [Кульбабська]. Вторинна предикація може виникати, якщо фразеологізовані структури

уточнюються вокативними конструкціями: *Бог зна що таке, Олено* (З художнього журналу). У таких випадках відбувається формальне розширення синтаксичної моделі речення, а саме компонентами, що встановлюються за межами його предикативного центру. Таке явище серед закритих структур рідкісне.

Первинна схема $S_{nom} + V_f$ утворює похідні інверсовані закриті конструкції:

$V_f + S_{nom}$: *Сивоголовий Лавро радів з того, що його односельчани поважають схід сонця і знають, як **благословляється день*** (Д. Прилюк). У цьому випадку ми не розглядаємо інверсію як художній засіб, бо семантичне значення, яке закодоване в цій структурі, повною мірою розкривається лише за допомогою чіткого порядку слів. Фактично, це є особливий вид фразеологізованого речення, яке збудоване за всіма граматичними законами, однак особливість семантики здатна виражатися лише в інверсованій конструкції, а не прямим порядком слів.

Як бачимо, порядок лексем у схемі зумовлений не індивідуальністю мовця, ситуативністю тощо, а закодованим у схемах значенням, яке може розкритися й зреалізуватися лише в конкретному плані вираження.

Схема $S_{nom} + V_f$ є основою для інших структурних модифікацій фразеологізованих речень.

Варто розглянути ті фразеологізовані речення, які зазнали структурних змін, що вплинуло на визначення семантичного значення.

1. $S_{nom} + \text{Pron}_{(acc)} + V_f$ – закрита конструкція: *Бреду горем, мов тим морем, і **враг його знає**, коли перебреду* (М. Кропивницький). У структурну схему додається ще один компонент у знахідному відмінку. Однак не варто вважати його похідним від основної структурної схеми, оскільки розглянутий приклад не може існувати без $\text{Pron}_{(acc)}$, бо він втратить своє семантичне навантаження і перейде із категорії фразеологізованих речень у категорію вільних. Це говорить про те, що подібні фразеологізовані речення "закам'янілі" семантично й структурно.

$S_{nom} + (S_{acc}) + V_f$: суб'єкт – простий підмет, може бути замінений абсолютними синонімами *гаспид, сатана*; при варіюванні цих лексем семантичне значення фразеологізованого речення не

змінюється; фразеологізоване речення містить у своєму складі факультативний член (додаток) *його*; предикат – простий присудок, виражений особовою формою дієслова, яка може бути повною або усіченою: *А цього діда затримайте поки тут — чорт його знає, що воно за старець! Тепер багато всякої наволочі тягається по світу* (С.Васильченко). Фразеологізоване речення відрізняється від попереднього випадку тим, що стилістичні особливості складових компонентів можуть змінюватися, а деякі взагалі можна випустити зі структурної схеми ($S_{(acc)}$), при цьому значення фразеологізованого речення не зміниться.

Схема $S_{nom} + V_f + S_{(acc)}$ має інші можливості реалізації в мовленні.

Хоч формально структурна схема є подібною до попередніх (наявність однакових структурних компонентів), однак спостерігаємо зміну локалізації другорядного члена речення, вираженим $S_{(acc)}$. Такий порядок елементів є фіксованим, і зміна будь-якого з них призведе до спотворення та втрати семантичного значення. Індивідуальний порядок слів є не єдиним засобом оформлення семантичного значення. Важливу стилістичну роль відіграє усічена форма особового дієслова та об'єкти, які виражені сполукою *що таке*: *Маша! Прошу тебе звернути увагу вчительки нашої на те, як балакають наші діти! Се Бог зна що таке... се ні на що не схоже...* (М. Коцюбинський). Саме така форма (структурна, лексична та стилістична) дозволяє фразеологізованому реченню повноцінно функціонувати в мовленні.

Гнат не хотів, щоб кат зна що варняли про нього. Тому вирішив усе нишком владнати (висватати Марту) (М. Стельмах). Фразеологізоване речення *кат зна що* характеризується схемою $S_{nom} + V_f + S$. Ця схема фразеологізованого речення є подібною до схеми, за якою побудований попередній приклад. Тут можна провести не лише структурну, а й значеннєву аналогію, що ще раз доводить тезу про те, що структура визначає значення, а значення – структуру фразеологізованого речення. Принциповою різницею між цими двома прикладами є те, що в конструкції *кат зна що* відсутній елемент, виражений вказівним займенником (*Бог зна що таке*), який завершує структуру й окреслює межі фразеологізованого речення. Щодо семантичного складника, то конструкції

відрізняються вживанням центрального значеннєвого концепту (у першому випадку – *Бог*, а в другому – *кат*), який зазнає антонімічних змін і трансформує значення – від невдоволення без агресивної конотації до повного роздратування.

Щодо структури наведеного прикладу, то тут теж наявне усічення особового дієслова для підтримання й реалізації найбільш яскравого значення, що втілене у вигуківому експресивно-емоційному забарвленні (певне незадоволення), яке досягається усіченою формою дієслова й закритістю конструкції.

2. $S_{nom} + V_{con}$: суб'єкт виражений відносним займенником з узагальненою семантикою, а предикат – кон'юктивною формою дієслова: – *Де ж ти його (танкіста) бачив, татку? – Вгадай... І хто б подумав! В сараї у Тесленчихи...* (О. Гончар).

Структурно-функціональні позиції цієї структурної схеми закриті. Фразеологізоване речення є самостійним, подібно до вільних, і здатне утворювати репліку в діалогічному мовленні, значеннєвим виразником якої є частка *б*, що оформлює необхідне семантичне забарвлення й підсилює значення всієї конструкції. Для структур такого виду наявне чітко визначене інтонаційне оформлення. Такі фразеологізовані речення завжди емоційно забарвлені.

3. $Pron_{nom} + Adv_{(loc)} + Part_{(ne)}V_{con}$: суб'єкт виражений відносним займенником, предикат – кон'юктивною формою дієслова: *Наша іноземна поліція у Франкфурті обіцяла нам, що до церкви приходити не буде, хто б там не був* (З газети).

Фразеологізоване речення найчастіше трапляється в діалогічному мовленні як репліка; функціонально-синтаксичні позиції закриті, тому не набувають вторинної предикації. Компоненти в структурній схемі займають визначений порядок, який не піддається зміні, оскільки будь-які маніпуляції (структурні або лексичні) призведуть до трансформації фразеологізованого речення у вільне й втрати запрограмованого фразеологічного значення.

4. $Part_{(ne)}Pron_{nom} + V_f$: суб'єкт – простий підмет, виражений особовим займенником, предикат – простий присудок, виражений формою дієслова бути в майбутньому часі, до якого додається заперечна частка *не*: *"Не я буду, а панування добуду!" — зарубала (Параска) на носі і ніколи не викидала з голови (Панас Мирний).*

Саме наявність заперечної частки *не* перед суб'єктом, а не предикатом, забезпечує розкриття фразеологічного значення. В іншому випадку фразеологізоване речення трансформувалося б у звичайне вільне речення, яке б набуло абсолютно протилежного значення. Порівняймо: *Не я буду* (фразеологізоване речення) – зробити все можливе й неможливе для досягнення певної мети; *Я не буду* (вільне речення) – відмова від будь-якої діяльності.

5. **Adj S_{nom} + V_f** – закрита структура. Прикметник *золоті* утворює означальні відношення із суб'єктом. Це означення є обов'язковим компонентом поданої конструкції, яке несе в собі основне семантичне навантаження: *Нічого путнього не виходить. От тепер, думаю, щось та буде, Хаброня ступить, там золоті верби ростуть* (І. Нечуй-Левицький).

На основі структурної схеми **S_{nom} + Cop_fS** побудовано менше фразеологізованих речень, порівняно зі схемою **S_{nom} + V_f**. Це пояснюється тим, що й вільні речення частіше підпорядковуються законам творення першої схеми. Тож структурними компонентами другої схеми є суб'єкт, дієслово-зв'язка *є*, семантичний виразник складеного іменного присудка.

Розгляньмо варіації схеми докладніше:

6. **S_{nom} + Cop_fAdj** – закрита структура, у якій суб'єктний компонент виражений прикметником: *Він був чи не в два рази вищий од неї, верства келебердянська* (О. Ільченко). Фразеологізоване речення виконує номінативну функцію, виступає уточнювальним членом речення. Функціонально-синтаксичні позиції закриті, уживається переважно при звертанні.

Почув (Захар), як Харитон Павлович гримнув, стримуючи голос і гнів: – Та замовкни ти, довбня неотесана! (Іван Ле). Подібно до попереднього випадку фразеологізоване речення має закриті функціонально-синтаксичні позиції, виконує номінативну функцію. Однак використання дієприкметника замість прикметника як компонента складеного іменного присудка надає більш яскравого фразеологічного експресивного забарвлення.

7. **Pron_{nom} + Cop_fAdv** – закрита структура: *Міг би я вам розповісти про цей Інелъ. Все чисто: і яка його бистрість, і де були розташовані вогневі точки противника на протилежно-*

му березі, і де міновані поля (О. Гончар). За структурною схемою розглянутий випадок є простим реченням. Може реалізуватися лише в складі основного і вказувати на якість або спосіб дій, що висвітлюються в частинах складного речення, хоча фразеологізоване речення й не має відкритих функціонально-синтаксичних позицій.

8. **S_{nom} + Cop_rPron** – закрита конструкція, у якій підмет виражений присвійним займенником, а предикат – складений іменний присудок, виражений дієсловом-зв'язкою *є*, присвійним займенником, що залежно від особи, якої стосується суб'єктне значення фразеологізованого речення, змінює вказівний особовий компонент. Фактично фразеологізоване речення не є внутрішньо закам'янілим, оскільки використання вказівного елемента залежить вже від контексту, а не від структурної й семантичної складової цієї синтаксичної одиниці: – *Ну, **щастя твоє**, що ти не знаєш! І намотай собі – знайдеш листок який, не тич свою морду, а хазяїнам oddай* (А. Головка); *Це **Ваше щастя**, що маєте веселу вдачу, добрий гумор, І це треба берегти, бо воно підтримує сили* (М. Коцюбинський); – *І я живий! – деś у самім кутку бад'оро дзвенить Маковей. – **Наше щастя**, що добра кроква попалась над нами* (О. Гончар). Ця фразеологізована конструкція має тенденцію до самостійного вживання в реченні і приєднання до себе підрядних частин. Зумовлене своєю структурою фразеологізоване речення здатне локалізуватися у вільному реченні, функціонуючи як уточнення або звертання.

9. **Pron_{nom} + Cop_rPart_(не)Pron**: суб'єкт виражений зворотнім займенником *сам*, предикат – складений іменний присудок, виражений дієсловом-зв'язкою *є*, заперечною часткою *не*, присвійним займенником *свій*: *Стоїть **сам не свій** Павло, дивиться на юрбу веселих, привітних ковалівців* (В. Кучер); *За столом, при батькові, Андрій сидить тихий та смирний, зніяковілий, **ніби й сам не свій*** (О. Сизоненко). Фразеологізоване речення з такими структурними компонентами не здатне функціонувати як речення зі своїм предикативним центром. Воно може виконувати роль призв'язкового іменного компонента присудка, а може

функціонувати як порівняльний зворот. За структурою подібне до простого речення, проте загальна конструкція й семантичне навантаження спроможні репрезентувати лише атрибутивне або компаративне значення.

10. **NumS_{nom} + Cop_rN:** *NumS_{nom}* – складений підмет із загальним значенням кількісної номінації, *N* – призв'язковий іменний компонент присудка: *Чому у тебе розладилося з Насткою?... Вона легковажна. Виходить, ви – два чоботи – пара* (П. Автомонов); *– Льонці Галя сказала, що вони з Юликом "два чоботи – пара"* (Ю. Мушкетик). Фразеологізоване речення виступає компонентом складеного іменного присудка. Хоч воно й має чітко визначену структурну схему вільного речення, проте здатне вказувати лише на атрибутивне значення заявленого суб'єкта.

11. **Pron_{nom} + Cop_rPart_(не)Pron:** *S_{nom}* – простий підмет, виражений особовим займенником; предикат – складений іменний присудок, виражений пропущеною дієсловом-зв'язкою *є*, заперечною часткою *не*, особовим займенником *я*: *Я не я. І хата не моя* (Укр. присл.); *Якби ви вчилися так, як треба, То й мудрість би була своя. А то залізете на небо: "І ми не ми, і я не я"* (Т. Шевченко). Фразеологізоване речення може реалізуватися як окреме речення, а може – як самостійна предикативна частина в складносурядному реченні, поєднуючись з іншими частинами сурядним зв'язком.

Отже, закриті конструкції мають заповнені функціонально-синтаксичні позиції, тому не приєднують до себе інші елементи для конкретизації. Це пояснюється тим, що закрите фразеологізоване речення є довершеним структурно й семантично. Природа фразеологізованої закритої структури полягає в тому, що кожне речення є індивідуальною конструкцією. Кожний елемент фразеологізованого речення зумовлений потребою семантичної й синтаксичної організації. І якщо у вільному реченні ми можемо замінити або змінити певний компонент, і значення збережеться, то фразеологізоване закрите речення вважаємо повноцінним і комунікативно спроможним за умови збереження семантичної та синтаксичної структури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кульбабська О. В. Вторинна предикація та засоби її вираження в простому реченні: [Електронний ресурс] / О. В. Кульбабська. Режим доступу до статті: <http://eprints.zu.edu.ua/2200/1/06kovvpr.pdf>
2. Норман Б. Ю. Грамматика говорящего. От замысла к высказыванию: [монография] / Б. Ю. Норман. – М. : Книжный дом "Либроком", 2011. – 232 с.
3. Словник фразеологізмів української мови : [уклад. : В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, В. В. Дятчук та ін.] ; відп. ред. В. О. Винник. – Київ : Наукова думка, 2008. – 1096 с. – (Словники України).

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. Тесленко, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

Структурно-типологические особенности закрытых фразеологизированных предложений

Статья посвящена исследованию структурно-типологических особенностей закрытых фразеологизированных предложений. Проанализированы фразеологизированные единицы по двум главным структурным схемам $S_{nom} + V_f$ и $S_{nom} + Cop_fS$, которые являются основой для создания производных конструкций. Закрытые фразеологизированные предложения рассмотрены как структурно и семантически совершенные синтаксические конструкции.

Ключевые слова: закрытая структура, структурная схема предложения, фразеологизированное предложение.

V. Teslenko, PhD student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Structural and typological features of the closed idioms with two-member simple sentence structure

The article is devoted to the investigation of structural and typological features of the closed idioms with two-member simple sentence structure. These sentences have been analyzed according to two main structural schemes $S_{nom} + V_f$ and $S_{nom} + Cop_fS$ which are the basis for derivative structures. The author considers the closed idioms with two-member simple sentence structure as both structurally and semantically complete syntactic constructions.

Keywords: closed structure, idiom with two-member simple sentence structure, sentence structural scheme.

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

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПИТАЛЬНИХ РЕЧЕНЬ У ЗАГОЛОВКАХ ПУБЛІКАЦІЙ ІНТЕРНЕТ-ВЕРСІЙ ГРЕЦЬКИХ ГАЗЕТ

У статті досліджено функціонування питальних речень у заголовках публікацій інтернет-версій грецьких газет, виявлено характерні особливості їхнього використання. Доведено, що питальні речення характерні для заголовків грецьких газетних публікацій, оскільки вони викликають читача на діалог та спонукають його шукати відповіді у статті.

Ключові слова: питальні речення, газетні публікації, заголовок, власне питальні речення, альтернативні питальні речення, риторичні питальні речення.

Заголовки газетних публікацій нерідко викликають інтерес дослідників, оскільки саме з них починається взаємодія журналіста і читача. Існує велика кількість способів привернути увагу читача до прочитання публікації за допомогою заголовка. У цій статті ми розглянемо особливості використання речень питальної модальності у заголовках інтернет-версій найпопулярніших грецьких газет. **Актуальність** проблеми полягає в тому, що функціонування синтаксичних засобів у заголовках грецьких газетних публікацій є явищем поширеним, але малодослідженим.

Вивченням особливостей заголовків займаються **А. Коваленко, Л. Деркач Л., С. Хатзисаввідіс, Т. Дізелос, Я. Тзаннетакос.**

Мета статті полягає у визначенні найпоширеніших типів питальних речень, що використовуються у заголовках публікацій інтернет-версій грецьких газет та встановленні їхніх функцій.

Виклад основного матеріалу. М.М. Антонович основною функцією заголовка називає привернення уваги, суть якої полягає в тому, що заголовки містять чітке, стисле повідомлення, яке запалює іскру зацікавленості у потенційного читача [1, с. 103]. На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що заголовок має створюватися таким, що впаде в око читача, викличе у нього інтерес, надасть певну інформацію щодо змісту статті, але не назве конкретної інформації, спонукаючи читача

прочитати усю статтю. Для досягнення цієї мети використовуються різні способи: використання художніх засобів (метафор, епітетів та ін.), вживання фразеологічних одиниць, залучення синтаксичних способів привернення уваги читача (еліптичні, питальні, спонукальні речення) тощо.

Згідно з мовознавцем П.С. Дудиком, речення питальної модальності своєрідно виражають "спонування, адресоване особі, від якої вимагають, щоб вона висловились, повідомила про те, що становить інтерес для самого мовця або його співрозмовника. Суттєвим, навіть визначальним, засобом оформлення питальних речень є питальна інтонація, яка може набувати найрізноманітніших варіацій і якою будь-яке розповідне речення можна перетворити на речення питальне" [3, с. 228]. О.Д. Пономарів визначає питальні речення як "речення, в яких виявляється прагнення мовця вияснити невідоме, або переконатися в чомусь, чи звернути на щось увагу" [4, с. 240].

Досліджуючи питальні речення, що використовуються у заголовках грецьких газетних публікацій, ми взяли за основу твердження П.С. Дудика про те, що "питальні речення здебільшого характеризують не за граматичною будовою, а тільки за функцією, і взяли за основу його класифікацію типів питальних речень:

1) власне питальні речення або речення прямої питальності (прямо питальні речення):

а) з'ясувальні, які мають підтип альтернативних питальних речень;

б) уточнювальні.

Власне питальні речення мають окремий різновид – перепитувальні речення.

2) риторичні питальні речення" [3, с. 229–231].

Наше дослідження було проведено на матеріалі публікацій інтернет-версій грецьких газет *Та Νέα*, *Καθημερινή*, *то Βήμα* за період з 30.03.2015 по 05.04.2015.

Найпоширенішими серед заголовків публікацій інтернет-версій грецьких газет є власне питальні речення, тобто такі, які висловлюють пряме запитання, що вимагають конкретної відповіді від того, кого запитують. Власне питальні речення "конс-

труюються з метою спільного чи індивідуального осягнення знань: запитання одного (першого) співрозмовника передбачає реакцію-відповідь іншого (другого). В такий спосіб утворюється відносна змістова, структурна і функціональна цілісність із двох (і більше) діалогічних реплік" [3, с. 229]. Тому заголовок, який є власне питальним реченням, з одного боку, взаємодіє з читачем, оскільки спонукає його шукати відповідь у публікації, з іншого боку, виникає діалог між заголовком і статтею, оскільки стаття дає відповідь на запитання, що міститься у заголовку. Таким чином, заголовок і стаття являють собою структурну і функціональну цілісність, що взаємодіє з читачем.

Наше дослідження показало, що переважно більшість питальних заголовків становлять питально-з'ясувальні речення, тобто такі, що мають на меті з'ясувати певні факти. Такі речення вводяться питальними займенниками і прислівниковими словами **τι, ποιός, πώς, πού, γιατί, πόσο**: *Τι περιμένει ο κ. Τσίπρας από τη Μόσχα (Καθημερινή 5/4), Τι θα συμβεί αν δεν πληρωθεί η δόση στο ΔΝΤ (Καθημερινή 5/4), Πόση αισιοδοξία ακόμη να αντέξουμε; (Καθημερινή 5/4), Τι απαντά ο Ν. Αναστασιάδης για το Grexit (Καθημερινή 4/4), Αυτό το κόμμα ποιος θα το πάρει; (Καθημερινή 4/4), Τι προτείνει η Μόσχα στην Αθήνα (Καθημερινή 3/4), Πώς θα αποκτούν την ελληνική ιθαγένεια τα παιδιά των μεταναστών (Καθημερινή 5/4), Πότε και σε ποιούς θα καταβληθεί το δώρο του Πάσχα (Καθημερινή 2/4), Τι συνδέει την ΔΗΚΡ-С με την Ελλάδα (Καθημερινή 5/4), Γιατί οι Άγγλοι έμειναν εκτός Κυπέλλων Ευρώπης (Καθημερινή 30/03), Τι φοβάται και σε τι ελπίζει η Lufthansa (Το Βήμα 5/4), Τι απαντούν οι τηλεοπτικοί σταθμοί στον υπουργό Επικρατείας (Τα Νέα 3/4), Πώς απέδρασε η Βίκυ Σταμάτη από το Δρομοκαϊτειο – ελεύθεροι οι σωφρονιστικοί που την φρουρούσαν (Τα Νέα 2/4), Τι ποσοστό πουλά τελεκάρη η κυβέρνηση στο λιμάνι του Πειραιά (Τα Νέα 31/03).*

Згідно з вищезгаданою класифікацією питальних речень П.С. Дудика, "окремим різновидом питально-з'ясувальних речень є перепитувальні речення. Питання в таких структурах передбачає альтернативну відповідь, тобто відповідь, яка допускає одну з двох або кількох можливих" [3, с. 229]. Такі структури використовуються в заголовках інтернет-версій грецьких газет, проте їхня кількість порівняно мала: *Με το Κόμμα ή με τη χώρα;*

(*Το Βήμα* 1/4), *Παγωτό ή Μίκι Μάους* (*Το Βήμα* 30/03), *Πως μπήκαμε ή πώς θα βγούμε από το μνημόνιο*; (*Το Βήμα* 1/4).

Питально-уточнювальних речень, тобто таких, які використовуються, коли необхідне підтвердження або заперечення змісту запитання, теж небагато: *Υπάρχουν παράλληλα σύμπαντα σε περισσότερες διαστάσεις*; (*Καθημερινή* 4/4), *Να χειροκροτήσουμε τις επιτυχίες του κ. Τσίπρα*; (*Καθημερινή* 1/4), *Γίνεται Δημοκρατία χωρίς Εθνική Αντιπροσωπεία*; (*Το Βήμα* 5/4), *Ανθρακας ο θησαυρός της λίστας Λαγκάρντ*(;) (*Τα Νέα* 4/4), *Νοείται Αριστερά του Τίποτα*; (*Τα Νέα* 3/4). На нашу думку, це пов'язано з тим, що порівняно з питально-з'ясувальними заголовками, такі заголовки, з одного боку, є менш провокативними, і відповідно не настільки здатні привернути увагу читача, а, з другого боку, менш конкретними, менш інформативними.

У досліджених публікаціях відсутні заголовки, виражені перепитувальними реченнями, оскільки заголовок публікації рідко може бути представлений діалогом, що складається з висловлення і перепитувальної конструкції.

У заголовках інтернет-версій грецьких газет присутні питально-риторичні речення, тобто такі, які є прихованим ствердженням або запереченням, і вважаються питальними лише через питальну інтонацію [3, с. 231]. О.Д. Пономарів визначає питально-риторичні речення як такі, що "містять у собі приховане ствердження і не вимагають відповіді" [4, с. 240]. Риторичні запитання виконують роль експресивного засобу і, як відомо, часто використовуються у публіцистичному стилі. Проте, на основі проведеного дослідження, можемо зробити висновок, що риторичні запитання у ролі заголовків грецьких газетних публікацій значно поступаються за кількістю питально-з'ясувальним реченням. Серед проаналізованих заголовків було виявлено всього 4 заголовки, представлені риторичними запитаннями: *Από την αρχαιότητα στον Μεσαίωνα, τον Διαφωτισμό και πίσω*; (*Καθημερινή* 5/4), *Μέρες... επανάστασης*; (*Καθημερινή* 2/4), *Αν θέλει η κυβέρνηση να εισπράττει ΦΠΑ* (*Το Βήμα* 5/4), *Σε κατάσταση πολιορκίας*; (*Τα Νέα* 2/4). Л.Деркач класифікує риторичні питання у заголовках газетних публікацій на основі очікуваної реакції читачів таким

чином: запитання-провокація, запитання-припущення, запитання заперечення, запитання-ствердження [2, с. 82–83]. Перші три заголовки досліджених грецьких газетних публікацій становлять запитання-припущення. Вони є назвами публікацій у авторській колонці, зазвичай у грецьких газетах вона називається ΑΠΟΨΕΙΣ або ΓΝΩΜΕΣ (думки, погляди), тобто в ній автор висловлює власну думку, результати своїх власних спостережень та міркувань. На нашу думку, риторичні запитання характерні для авторської колонки, тому що в ній автор ніби запитує себе про певне явище і в статті розмірковує над поставленим запитанням, висловлюючи свої припущення. Четвертий з наведених заголовків міститься на першій сторінці газети як інтернет-версії, так і друкованого видання газети, і є заголовком головної статті. Цей заголовок є заголовком-ствердженням, він є експресивним, метафоричним, чого й вимагає перша сторінка газети.

Характерним явищем для заголовків грецьких газетних публікацій з питальними реченнями є варіативність у використанні знаку питання. Знак питання може ставитися, а може не ставитися. Серед досліджуваних заголовків кількість заголовків без знаку питання наприкінці дещо перевищила кількість заголовків зі знаком питання. Так, у газеті Καθημερινή читаємо з приводу однієї і тієї ж теми: *Τι απαντά ο Ν. Αναστασιάδης για το Grexit (Καθημερινή 4/4), Κι αν το Grexit είναι το πραγματικό σχέδιο; (Καθημερινή 3/4). Заголовки, що починаються питальними словами τι, πως, πότε тощо можуть містити наприкінці знаки питання, а можуть не містити: Τι απαντά η ΤτΕ στην καταγγελία για καθυστερήσεις πληρωμών στα έργα του ΕΣΠΑ (Καθημερινή 2/4), Τι συμβαίνει στη ζωή (Τα Νέα 1/4), Πότε θα πάνε στο Μαξίμου (Το Βήμα 2/4), Πότε και πώς θα καταβληθεί στους μισθωτούς (Τα Νέα 30/03).* Цікавим, на нашу думку, виявилось спостереження, що в газеті Η Καθημερινή усі заголовки з авторської колонки, що містять питальні речення, мають знак питання, і не містять жодного запитання у рубриці Економіка, подібні тенденції виявлено і в газетах Το Βήμα і Τα Νέα. Проте для з'ясування того, чи є відсутність або наявність знаку питання у заголовках публікацій характерним явищем для певних рубрик грецьких газет, необхідне глибше до-

слідження значно більшої кількості заголовків. Крім того, потрібно взяти до увагу, що подібні тенденції можуть бути пов'язані зі стилем редактора рубрик або газети.

Отже, проаналізований матеріал показав, що заголовки, які містять питальні речення, найчастіше використовувалися в авторській колонці, а також у рубриках Політика, Економіка та Новини Греції. Як уже згадувалося вище, використання питальних речень у заголовках публікацій авторської колонки є логічним, оскільки вони задають тему для міркування. Більшу кількість питальних заголовків у рубриках Політика, Економіка та Новини Греції можна пояснити, з одного боку, загальною величиною кількістю статей у цих рубриках, а з іншого боку, важливістю пошуку відповідей на нагальні проблеми суспільства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, питальні речення характерні для заголовків грецьких газетних публікацій, оскільки вони викликають читача на діалог та спонукають його шукати відповіді у статті. Використання інших синтаксичних засобів, властивих заголовкам грецьких газетних публікацій, а також виявлення інших їхніх тенденцій становлять інтерес для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонович М. М. Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN / М. М. Антонович / Іноземна філологія. – 1992. – № 103. – С. 103–110.
2. Деркач Л. Риторичні функції газетних заголовків / Л. Деркач // Типологія та функції мовних одиниць : наук. журн. / редкол. : Н. М. Костусяк (гол. ред.) та ін.; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2014. – № 1. – С. 76–85.
3. Дудик П. С. Стилїстика української мови : Навч. посібник / П. С. Дудик – К. : ВЧУ "Академія", 2005. – 368 с.
4. Сучасна українська мова: Підручник / О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін.; за ред. О. Д. Пономарева. – 4-те вид. – К. : Либідь, 2008. – 488 с.
5. *Η Καθημερινή* [Електронний ресурс] : 30/03/15, 31/03/15, 01/04/15, 02/04/15, 03/04/15, 04/04/15/ – Режим доступу до газети: www.kathimerini.gr
6. *Та Νέα* [Електронний ресурс] : 30/03/15, 31/03/15, 01/04/15, 02/04/15, 03/04/15, 04/04/15/ – Режим доступу до газети: www.tanea.gr
7. *Το Βήμα* [Електронний ресурс] : 30/03/15, 31/03/15, 01/04/15, 02/04/15, 03/04/15, 04/04/15/ – Режим доступу до газети: www.tovima.gr

Стаття надійшла до редакції 16.04.15

Е. А. Тищенко, канд. филол. наук, ассист.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

**Особенности использования вопросительных предложений
в заголовках публикаций интернет-версий греческих газет**

В статье исследуется функционирование вопросительных предложений в заголовках публикаций интернет-версий греческих газет, определены характерные особенности их использования. Доказано, что вопросительные предложения характерны для заголовков газетных публикаций, поскольку они вызывают читателя на диалог и заставляют его искать ответы в статье.

Ключевые слова: *вопросительные предложения, газетные публикации, заголовки, собственно вопросительные предложения, альтернативные вопросительные предложения, риторические вопросительные предложения.*

O. Tyschenko, PhD in Philol., Assistant Lecturer
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**The peculiarities of interrogative sentences in the headlines
of Greek newspapers online versions**

The article examines the functioning of the interrogative sentences in the headlines of articles of Greek newspaper online versions; the peculiarities of their usage are clarified. The article proves that interrogative sentences are peculiar for newspaper headlines since they inspire a reader for a dialogue and encourage them to look for a response in the article.

Keywords: *interrogative sentences, newspaper article, headline, rhetorical interrogative sentences, alternative interrogative sentences.*

УДК 811.111'322

О. М. Торосян, канд. філол. наук, доц.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

**ПОЛІМОДЕЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ДІЛОВОГО
КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ**

Проблема моделювання комунікативного процесу залишається актуальною, незважаючи на описи численних моделей, здійснені в сучасній лінгвістичній літературі. Автор ставить за мету проаналізувати типові підходи до зазначеної проблеми. Використовуючи порівняльний, дескриптивний і типологічний методи дослідження, доходить до висновку про полімодельність ділового комунікативного процесу як складного багатогранного явища.

Ключові слова: *ділове спілкування, комунікативний процес, контекстна модель, моделювання, полімодельність, прагмалінгвістична модель.*

Процес глобалізації, поява нового комунікативного простору, інтенсифікація спілкування в різних сферах діяльності надає особливої актуальності вивченню феномена ділової комунікації. Специфіка й складність пов'язаних із цим проблем зумовлені тим, що комунікація є складним, багатогранним соціокультурним явищем. Проблеми ділової комунікації розглядають фахово в конкретній галузі, із точки зору психології, культурології, педагогіки, лінгвістики тощо.

Предметом нашого дослідження стала різноманітність підходів до трактування цього явища, а саме до моделювання сучасного ділового комунікативного процесу. У пропонованій статті ми ставимо за мету проаналізувати різні типи моделей і показати, що не існує єдиного правильного підходу, усі представлені моделі мають право на існування, що дає змогу говорити про полімодельність ділової комунікації.

Під діловим спілкуванням розуміють мовну інтеракцію двох або декількох осіб, у процесі якої відбувається обмін інформацією і яка націлена на досягнення певного результату. Ділова комунікація є не просто формою взаємодії людей у процесі спілкування, але також необхідним засобом та метою діяльності у сфері бізнесу.

Ділова комунікація – це особливий вид діяльності, взаємодія своєрідних і складних систем. Вона реалізується за різних обставин із залученням різноманітних засобів і каналів спілкування. Характерні риси, параметри сторін взаємодії, місце, обрані засоби спілкування в кожному випадку будуть відрізнятися від іншого акту комунікації, тому типологізація видів ділової комунікації та її моделювання може здійснюватися на різних підставах, за різними критеріями [3; 4; 7]. Щодо типів ділового спілкування, то традиційно використовують такі критерії [8]:

- за місцем реалізації бізнес-комунікації розподіляють на внутрішні, коли сторони комунікації перебувають у рамках організації, і зовнішні, коли одна зі сторін належить до суб'єктів зовнішнього середовища організації;

- за характеристиками суб'єктів комунікації види спілкування можна пов'язати з різноманітними параметрами (особистісними, груповими, професійно-кваліфікаційними й організаційними характеристиками);

– за відносинами рівності й ієрархії, зі статусами й соціальними ролями; із положенням організації на ринку, із перспективами розвитку, з етапом розвитку, життєвим циклом організації тощо;

– за критерієм кількості комунікантів, як правило, розрізняють односторонню комунікацію, двосторонню й багатосторонню.

Моделювання – це формалізоване та спрощене представлення комунікативної ситуації в сукупності всіх її складників та процесів, що опосередковують комунікативний акт. Модель комунікативної ситуації є системною кореляцією певних складників, взаємодія яких сприяє інформаційному обміну й комунікативному впливові. Головними предметними складниками моделей комунікації є комуніканти та текст (повідомлення). Як зазначає Є. Сидоров, "злиття діяльностей комунікантів у єдиний комунікативний процес здобуває буттєву, речовинну, предметно-знакову форму в тексті. Текст бере участь в обміні комунікативною діяльністю як предметно-знаковий носій обміну, у ньому зливаються обидві комунікативні діяльності у вигляді сполученої знакової моделі" [6, 69].

Існує багато спроб відтворити модель комунікативного процесу й ділової комунікації зокрема. Ці проблеми були в центрі уваги багатьох дослідників (Є. Тарасов, О. Мороховський, Г. Почепцов, Ю. Лотман, Е. Атаян, І. Сусов, І. Шевченко, О. Селіванова, інші). Проте, за словами Р. Барта [1, 503], у сучасній лінгвістиці склалася скандальна ситуація, коли існує безліч способів описати завершений продукт мовної діяльності людини, але немає жодної скільки-небудь задовільної моделі живого продукування усного тексту, виникнення комунікативного акту.

У цій статті ми не ставимо за мету детально проаналізувати всі моделі, які нині існують. Окреслимо загальні тенденції.

Уся різноманітність концепцій ділової комунікації, на наш погляд, може бути узагальнена в чотирьох підходах – лінійному, інтерактивному, трансактивному й феноменологічному. Подібну точку зору висловлює чимало дослідників, зокрема Широких О. В. [10].

Лінійний підхід розглядає комунікацію як послідовність певних дій учасників спілкування. Цей підхід представлено в роботах Г. Лассвелла, К. Шеннона, Р. Якобсона. Модель була ство-

рена й застосовувалася головним чином для того, щоб надати структурну організованість дискусій про комунікацію. Кожен елемент моделі є самостійною галуззю аналізу комунікаційного процесу: "Хто говорить" – вивчення комунікатора; "Що говорить" – аналіз змісту повідомлення; "За допомогою якого каналу" – вивчення способів передачі інформації; "Кому" – дослідження аудиторії.

Ця схема, незважаючи на свою простоту, є сьогодні найбільш зручною, оскільки показує зв'язок елементів між собою, а також тому, що велика кількість розвідок наступних років проводилася на її основі. Проте такий дещо формальний та схематичний підхід не брав до уваги інтерактивність учасників комунікації, здатність кожного з них у процесі комунікативного акту мінятися місцями.

Традиційна лінійна модель Г. Лассвелла була вдосконалена К. Шенноном та В. Вівером. До п'ятих елементів, що розташовані в лінійній послідовності, дослідники додали поняття "джерела шуму", тобто впливу різних перешкод у процесі комунікації. Різні варіанти цієї моделі знайшли широке використання в лінгвістиці як для аналізу функцій мови в цілому, так і для аналізу функціонування окремих її одиниць.

Усе більшої популярності зараз набуває інтерактивна модель комунікації, яка на перше місце виводить активність учасників спілкування, необхідність наявності зворотного зв'язку. На думку М. Бахтіна [2, 3–4], необхідною ознакою будь-якого висловлення є його зверненість, адресованість – без слухача нема й мовця, без адресата нема й адресанта; будь-яке висловлення набуває змісту тільки в контексті, у певний час та в конкретному місці. М. Бахтін обґрунтовано довів, що будь-яка комунікація є реакцією на попередній вислів і передбачає комунікативну реакцію на себе.

Інтерактивна модель обміну інформацією відрізняється від лінійної наявністю зворотного зв'язку, що дає змогу учасникам спілкування бути одночасно і джерелом інформації, і її приймачем.

На лінійній моделі К. Шеннона та В. Вівера ґрунтується трансактивна модель В. Шрамма, який визначив комунікацію як акт установлення контакту між відправником та одержувачем за

допомогою повідомлення. Автор уводить поняття "перекладача" (interpreter) та "зворотного зв'язку" (feedback), що дозволяє зробити модель наближеною до реальності людської взаємодії в комунікації. За таких умов комунікація перетворюється на процес складної й багатовекторної взаємодії адресанта та адресата, які виконують зазначені комунікативні функції одночасно [10]. На відміну від інших моделей, що зображують комунікацію як низку дискретних актів, що мають початок і кінець, трансактивна модель зображує комунікацію як процес одночасного відправлення й одержання повідомлень комунікаторами. У кожен конкретний момент ми можемо отримувати й декодувати повідомлення іншої людини, і в той самий час інша людина одержує наші повідомлення й відповідає на них. Комунікація є процесом, у якому люди, взаємодіючи, формують певні відносини між собою.

Отже, трансактивна модель комунікації відрізняється від інтерактивної моделі не тільки кількістю людей, які одночасно беруть участь у процесі спілкування, але й постійною зміною ролей учасниками комунікації. Вони по чергову виступають чи в ролі джерела інформації, чи в ролі того, хто приймає її, причому зміст наступного повідомлення враховує результати зворотнього та залежить від них. Саме ця модель найширше відображає ситуацію та тип комунікації, які мають місце під час ділових зустрічей. Будь-який приклад із комунікативною діяльністю будується на основі реалізації трансактивної моделі, оскільки всі учасники публічної комунікації однаково зацікавлені як в отриманні інформації, так і в її обговоренні та прийнятті рішення, якщо це необхідно.

Заслуговує уваги моделювання комунікативного процесу Р. Якобсона [11, 319]. Дослідник вибудовує модель мовної комунікації у вигляді шести функцій мови. Між комунікатором і реципієнтом він розміщує контекст, повідомлення, контакт, код. Ці шість елементів моделі знаходяться в різних видах зв'язків і відносин із функціями мови.

– Емотивна функція пов'язана з комунікатором і виражає його ставлення до вихідного повідомлення.

– Метамовна функція має безпосередній зв'язок із кодом, що доводиться до адресата.

– Когнітивна функція зорієнтована на кодування мовцем певного факту дійсності.

– Конативна функція реалізує безпосередній вплив на реципієнта, використовуючи наказовий спосіб.

– Фатична функція сприяє встановленню та підтримці контакту зі співрозмовником.

– Риторична функція значною мірою орієнтується на форму, а не на зміст повідомлення.

Р. Якобсон уважав, що інформація стає повідомленням лише тоді, коли вона включена в певну знакову систему, яка доступна для обох учасників, і в контекст.

Серед інших концепцій комунікації відзначають так звані об'ємні (феноменологічні) моделі Т. Ньюкома, С. Бейкера, Ф. Денса, Б. Весли, М. МакЛин та інші.

Усі зазначені моделі комунікативного процесу є достатньо вивчені й описані в численних монографіях, підручниках. Науковці намагалися здійснити спробу аналізу особливостей процесу спілкування, проте підходили до проблеми дещо формально, механічно. Оскільки цей процес є досить багатограним, то жодна із запропонованих моделей не дає повного й об'ємного опису його особливостей, хоча спостерігається певна еволюція в моделюванні, від механічного відтворення структури комунікативного процесу до максимального врахування всіх чинників, що оточують його.

Останнім часом у зв'язку з появою й розвитком нових галузей лінгвістичних наук (психолінгвістики, лінгвокультурології, соціолінгвістики, лінгвопрагматики тощо) з'явилися нові тенденції в моделюванні комунікативного процесу, які відходять від традиційного представлення комунікації як механічної передачі інформації від адресанта до адресата (суб'єктно-об'єктно-суб'єктної взаємодії).

Заслуговує уваги прагмалінгвістична модель І. Шевченко. Українська дослідниця представила оригінальну модель мовленнєвого акту як єдності особистісних, етнічних, соціальних, культурних, стилістичних і комунікативних чинників. Запропо-

нована аспектна модель мовленнєвого акту складається з трьох блоків і дев'яти аспектів: а) адресантний, адресатний та інтенціональний аспекти складають антропоцентричний блок; б) контекстний, ситуативний і метакомунікативний аспекти утворюють блок умов і способів реалізації мовленнєвого акту; в) денотативний, локутивний та ілокутивний аспекти складають центральний мовленнєвоактовий блок, який визначає впливову силу висловлювання, що дає можливість моделювання прямих і непрямих мовленнєвих актів та опису прагматичних функцій речення в дискурсі протягом їхнього історичного розвитку [9, 43]. Вагомою в цій моделі є кореляція дискурсу з лінгвокультурною спільнотою через посередництво мовної особистості.

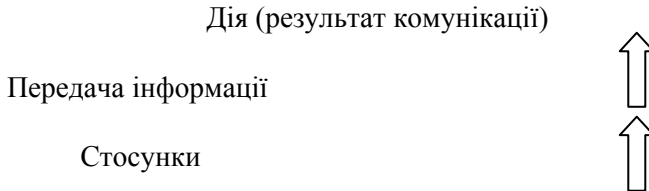
Принципово нову модель комунікативної ситуації запропонував О. Селіванова [5, 144–156]. Головним принципом організації мовленнєвого акту є діалогічність, яка представлена певними чинниками: гносеологічним, мовним, культурно-історичним, комунікативним. Модель містить п'ять окремих функціональних систем – модулів, діалогічна взаємодія яких опосередковує інформаційний обмін і комунікативний вплив: модуль адресанта, модуль адресата, модуль тексту, модуль дійсності, модуль культури.

Інший підхід до моделювання комунікативного процесу представлений в англомовних лінгвістичних теоріях. Так, аналізуючи особливості ділового спілкування, А. Баркер [12, 9–10] пропонує контекстну модель комунікації, виходячи з таких принципів:

- комунікація є тривалим процесом, а не одномоментною подією;
- комунікація є складним процесом обміну свідомими (інтенційними) та несвідомими (неінтенційними) сигналами (повідомленнями);
- комунікація є контекстною, тобто мовленнєвий акт ніколи не відбувається ізольовано від інших чинників, а саме: психологічних (особистісних), міжособистісних (стосунки між комунікантами), соціально-ситуативних (загальноприйняті правила поведінки при формальному й неформальному спілкуванні), локативно-ситуативних (особливості навколишнього середовища), культурних, національних тощо.

Кожний комунікант володіє своїм унікальним набором контекстів, що перетинається з відповідним набором контекстів ін-

шого учасника мовленнєвого акту. Мета комунікативного процесу – збільшити площину спільних рис, досягти взаєморозуміння (shared understanding). Комунікація, або процес досягнення взаєморозуміння, базується на трьох рівнях:



У діловому спілкуванні учасники мовленнєвого акту, як правило, націлені на результат, ефективність якого ґрунтується на особистих стосунках (досягненому взаєморозумінні).

Отже, ділова комунікація – особливий вид людської діяльності, зумовлений потребами спільної діяльності й необхідністю обміну інформацією, досвідом, знаннями, інтелектуальною власністю. Сутність, мета й результат ефективної ділової комунікації полягає в установленні й розбудові взаємовідносин між людьми в межах спільних ділових інтересів.

Сучасні підходи до моделювання ділового комунікативного процесу є багатосторонніми, намагаються охопити максимум різноманітних чинників, урахувати всі аспекти. На наше переконання, ідеальна модель повинна включати і механізм передачі інформації, і структурні елементи, і функції, і всі контексти. Тобто комунікативний процес і ділова комунікація зокрема є полімодельними явищами. Проблема не є однозначною, і ділова комунікація як особливий вид людської діяльності досі залишається відкритою для інтерпретацій і досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика: Поэтика / Р. Барт; [Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова]. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
2. *Бахтин М. М.* Эстетика словесного творчества / Михаил Михайлович Бахтин. – М.: Прогресс, 1986. – 445 с.
3. *Лэйхифф Дж. М., Пенроуз Дж. М.* Бизнес-коммуникации: Стратегии и навыки. – СПб. : Питер, 2001. – 686 с.

4. *Мирошниченко А. А.* Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. – М. : Издательство "Книжный мир", 2008. – 384 с.
5. *Селиванова Е. А.* Основы лингвистической теории текста и коммуникации : [монографическое учебное пособие] / Елена Александровна Селиванова. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
6. *Сидоров Е. В.* Проблемы речевой системности / Евгений Владимирович Сидоров. – М. : Наука, 1987. – 138 с.
7. *Спивак В. А.* Современные бизнес-коммуникации / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2002. – 448 с.
8. *Шавкун І. Г.* Ділова комунікація: сутність та типологізація // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : Зб. наук. пр. – Вип. 38. – Запоріжжя : ЗДІА, 2009. – С. 67–75.
9. *Шевченко І. С.* Историческая динамика прагматики предложения : [монография] / Ирина Семеновна Шевченко. – Харьков : Константа, 1998. – 168 с.
10. *Широких О. В.* Модели коммуникационного процесса // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия "Филология. Социальные коммуникации". – 2012. – Т. 25 (64). – № 1. – Часть 1. – С. 199–203.
11. *Якобсон Р.* Избранные работы / Р. Якобсон. – М. : Прогресс, 1985. – 460 с.
12. *Barker A.* Improve your communication skills / Alan Barker. – The Sunday Times, 2010. – 200 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. Н. Торосян, канд. филол. наук, доц.
Институт филологии КНУ им. Тараса Шевченко

Полимодельность современного делового коммуникативного процесса

Проблема моделирования коммуникативного процесса остается актуальной, несмотря на многочисленные модели, представленные в современной лингвистической литературе. Задача, поставленная в работе, – проанализировать типичные тенденции в решении указанной проблемы. Используя сравнительный, дескриптивный и типологический методы исследования, автор приходит к заключению, что деловой коммуникативный процесс является полимодельным.

Ключевые слова: коммуникативный процесс, деловое общение, моделирование, прагмалингвистическая модель, контекстная модель, полимодельность.

О. Torosyan, Candidate of Philology, Assistant Professor
Institute of Philology Kiev National University named after Taras Shevchenko

Multiple modality of modern business communicative process

The problem of modeling the communicative process remains relevant, despite the numerous models presented in modern linguistic literature. The task assigned to work is to analyze the typical trends in solving the problem. Using comparative, descriptive

and typological research methods, the author comes to the conclusion that multiple modality is the essential characteristics of the business communication process.

Keywords: *communication process, business communication, modeling, pragma-linguistic model, context model, multiple modality.*

УДК 811.214.21'276.12:316.77] (540)

Д. Усов, студ.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МУМБАЙСЬКОГО СЛЕНГУ В КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ ІНДІЙСЬКОЇ МОЛОДІ

У статті розглянуто особливості функціонування мумбайського сленгу в комунікації сучасної індійської молоді, а саме: що собою являє явище мумбайського сленгу та актуальність його дослідження для лінгвістики гінді. В цілому, стаття є одним з аспектів комплексного дослідження сленгу в гінді.

Ключові слова: *мумбайський сленг, бомбейський сленг, бгінді, тапори, сленг гінді, розмовна лексика в гінді.*

Сленг як мовне явище поширене у мові сучасної молоді у всіх куточках світу, і Індія не є винятком. За останнє десятиліття ХХІ ст. на гіндімовній території Індії, а саме в місті Бомбей (Мумбаї, штат Магараштра) значного поширення набуло мовне явище, відоме під назвою "мумбайська гінді". На сьогодні цей розмовний варіант користується популярністю по усій території Індії.

Ретельний огляд індологічної літератури показав відсутність ґрунтового аналізу та досліджень, присвячених цьому лінгвістичному феномену, що зумовлює *актуальність нашого дослідження*. Ми вважаємо, що "мумбайська гінді" потребує дослідження, виявлення особливостей формування, вживання, перекладу тощо, оскільки це дасть поштовх для кращого розуміння сучасної індійської культури (зокрема кіно та музики). Крім того знання та розуміння "мумбайської гінді" значно спростить роботу перекладачів гіндімовних індійських фільмів, що набувають загальносвітового поширення завдяки розвитку індійської кіноіндустрії та Болівуду. А оскільки даний варіант мови відно-

ситься до розмовного стилю, його вивчення сприятиме вдосконаленню комунікативних навичок мовою гінді та спілкуванню з широким індійським загалом.

Дослідження сучасного мумбайського сленгу на сьогодні залишається надзвичайно обмеженим. На території Індії цей розмовний варіант описують переважно інтернет-блогери, які не роблять глибоких досліджень, а лише пишуть так звані "розмовники, глосарії", у яких пояснюють значення слів та виразів [12; 13]. На пострадянському просторі дослідження мумбайського сленгу належать Індірі Газієвій, яка називає цей розмовний варіант мови гінді "діалект", "сленг" [2, с. 302]. Ми в своєму дослідженні для позначення розмовного неофіційного варіанту мови гінді, що бере витоки з міста Бомбей, використовуватимемо термін "мумбайський сленг", який, на нашу думку, найбільше відповідає цьому лінгвістичному явищу.

Об'єктом дослідження є мумбайський сленг, а *предмет* ми визначаємо як особливості функціонування даного розмовного варіанту серед індійської молоді. Серед завдань дослідження – виділення найбільш частотних виразів та особливості їх вживання згідно з комунікативною метою.

Аби найбільш широко розкрити особливості сленгу, розглянемо деякі з численних його наукових визначень. Так, Академічний тлумачний словник української мови ототожнює сленг з іншим мовним явищем, жаргон, та називає сленгом розмовний варіант професіонального мовлення, жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення [8, с. 350]. При цьому в Словнику лінгвістичних термінів О. С. Ахманової та в Тлумачному словнику Т. Ф. Єфремової в тлумаченні сленгу ми не знаходимо згадок про жаргон [1, с. 450], [4, с. 425]. Тут сленг тлумачиться як розмовний варіант професійної мови, який має емоційно експресивне забарвлення.

Крім того, в Оксфордському словнику англійської мови знаходимо таке тлумачення цього поняття: "мова суто розмовного типу, що вважається низьким рівнем мови в порівнянні зі стандартною літературною та містить нові або звичайні слова, що ви-

користовуються в особливому значенні". Інші джерела описують сленг як вульгарну мову, або як особливий лексикон, що належить професійним чи іншим групам населення.

Відрізняється від цих визначень дефініція Словника лінгвістичних термінів 1957 р.: "Сленг – 1. Теж, що жаргон (у вітчизняній літературі переважно до англомовних країн) [5, с. 235]. Як бачимо, тут сленг оголошується синонімом жаргону, при чому переважно жаргону англомовних країн.

Лінгвісти по різному розглядають явище сленгу. В. О. Чеховський визначає сленг як стиль мови, що посідає місце, протилежне занадто формальній, офіційній мові [10, с. 94]. С. А. Мартос відносить до сленгу – ненормативну, неформальну, стилістично знижену, функціонально обмежену мову населення міста, що використовується з метою здійснення певних мовленнєвих функцій (експресивної, оцінної, корпоративної, пейоративної, евфемістичної тощо) [6, с. 10]. В. А. Хомяков також виділяє пейоративну експресію сленгових виразів та визначає сленг як – відносно стійкий для певного періоду, широковживаний, стилістично маркований лексичний пласт (іменники, прикметники, дієслова, що означають побутові явища, предмети, процеси і ознаки), – компонент експресивного просторіччя, що входить до літературної мови, є неоднорідним за своїми витоками, ступенем наближення до літературного стандарту [9, с. 8]. О. Є. Матюшенко розмежовує значення сленгу від жаргону, аргю та професіоналізмів [7, с. 387]. І. Р. Гальперін заперечує факт існування сленгу, оскільки в лексикографічних джерелах одне і те ж слово дається з відмітками "сленг", "просторіччя", або без будь-яких відміток, та пропонує використовувати термін сленг як синонім англійського "жаргон" [3, с. 107–114].

Таким чином, ми бачимо, що серед лінгвістів не сформувалося однотайної думки щодо точного визначення та характеристики явища "сленг" та відокремлення його від аргю та жаргону.

Мова гінді розвинулася з діалекту Кхарі-болі, що був поширений на західній частині штату Уттар-Прадеш. Для гінді є характерним функціонування великої кількості змішаних місцевих діалектів поряд з літературним варіантом мови. Ці діалекти ма-

ють граматичні ознаки мови гінді, при цьому на лексичному рівні включають велику кількість діалектних слів. Так, мова гінді, якою розмовляють в штаті Раджастан, відрізняється від гінді, якою розмовляють в штатах Біхар чи Гімачал-Прадеш. Зазвичай такі зміни в мові розглядають як окремий діалект з власною літературою [2, с. 370].

На сьогодні поширення набув мумбайський чи бомбейський діалект гінді, що є свого роду жаргонною формою гінді та урду, якою розмовляють в мегаполісі Мумбаї. Для позначення цього місцевого діалекту як народно-розмовного варіанту мови гінді в місті Мумбаї використовується термін "бгінді" (भिन्दी), "тапорі". Ми використовуємо назви "Мумбаї гінді", "мумбайська гінді", "бомбейська гінді" для позначення варіанту мови гінді, якою розмовляють в Мумбаї.

Мумбайська гінді набула популярності та поширення в Індії завдяки гіндімовним індійським фільмам. Відповідно до свого соціального статусу, герої індійських фільмів розмовляють на різних діалектах мови гінді. Герої популярних фільмів ("Брат Мунна" 2003р. тощо), які розмовляли бомбейським сленгом, зазвичай належали до кримінального світу, однак це не завадило його популярності та поширенню серед молоді по всій Індії. Населення Мумбаї складається з вихідців різних частин Індії, тому таке змішання призвело до формування сленгу, що включає лексику з мов маратхі, гінді, англійської, урду, гуджараті, тамільської, каннада, конкані. Серед особливостей мумбайської гінді можна виділити: насиченість словами іншомовного походження та діалектизмами, активне творення неологізмів, вживання слів в переносному значенні.

Розглянемо вживання певних слів та виразів мумбайського сленгу відповідно до комунікативної мети.

1. *Слова етикету, вітання та прощання.* До даної групи відносимо розмовні вирази привітання та прощання: अलविदा! "бувай!", तता! "бувай!", चलता हूँ "(я) пішов, прощай!", प्रीतिई! "здоров!", बाद में मिलतूँहैं "побачимось!", फिर मिलतूँह (फिर

मिलेंगा" "здибаємося!", तता! भाई फिर मिलतंहा "Бувай брате, здибаємось!"; вирази етикету: सब ठीक हएन? "Все в порядку?", तुम ठीक हो न? "Ти як?", ठीक-ठक हो न? "В порядку?", शाबाश "добре, класно!", झकास "супер, все класно", तुम कमहो ,भाई – शाबाश, कल मझा भाग्य अच्छा रहा। "Друже, я ти? – Супер, вчора мені дуже пощастило".

2. *Вираження захоплення та прояв емоцій.* Сленгова лексика є більш емоційною, тому потребує нових слів для вираження емоцій, наприклад: अच्छा! "добре!", गजब! "клас!", फ़ीतोस! "кльово!", फुन्दु, फादु! "супер!", कुल! "круто!" (від англ. cool), बिन्दास "чудово!" тощо. Примітним є те, що неологізм बिन्दास, який походить з мови маратхі बिन + धसत "без" + "страх" що означає "розслаблений, безстрашний" в 2005 р. був включений до Оксфордського словника англійської мови [11].

3. *Лексика на позначення звертання.* При звертанні до товариша лексема "друг" в мумбайському сленгу має кілька варіантів: रफ़ीक, यार, फ्रेंड, टप़ोरी "чувак". При звертанні до дівчини, чи для вираження захоплення красою жінки в мумбайському сленгу знаходимо варіанти лексеми "дівчина, жінка": झतक-मतक, पटाका, які в літературній мові мають значення "феєрверк, спалах, петарда", а в мумбайській гінді використовується у значенні "гарна дівчина" з дещо фамільярним значенням. Наприклад, क्या पकास इटमहायार!—"Яка гарна жінка!", मैं बिल्कुल पटाका गुड्डी बन गई थी—"Я стала справжньою красунею".

4. *Фамільярне звертання до осіб.* При фамільярному звертанні до незнайомої людини у значенні товариш, друг, використовується лексема भाई літ. гінді "брат", яка у мумбайському слензі має значення "браток". У цьому ж значенні з негативним відтінком використовуються лексеми साला"братан", साली "сестра", що

в літературній гінді означає "брат/сестра дружини". Для фамільярної назви людини, що носить окуляри в мумбайській гінді використовується лексема चासम् "чотириокий, той що носить окуляри". Інші лексеми चातूशाणा "ботан", "грамотій", दहती "селюк" також мають негативне значення. Фамільярні назви працівників правоохоронних органів, обслуговуючого персоналу тощо: नाउ नमबर (букв. Номер 9); मामू – (букв. сер); मामा (букв. дядько). Причиною такого різноманіття лексем на позначення працівників поліції є те, що мумбайський сленг у першу чергу набув популярності серед правопорушників, тому ці вирази передають зневажливе ставлення до полісменів. Знаходимо також лексему बाबल्या, що у бомбейському слензі має значення "кондуктор", проте запозичене з маратхі, де має літературне значення "дитина". Зневажливі фамільярні епітети до осіб: चिरकुट "невдаха, лузер", चूतिया "ідіот, дурник", चिकना, चिकनी(букв. чистий, рівний)"піжон", गोरा (букв. білий) "європесць, біла людина", "піжон". Для позначення людини, що жує пан (індійський освіжувач ротової порожнини, що виготовляється з листя бетелю, спецій, наповнювачів, який зазвичай жують індійці) зустрічаємо вираз: आदवा-पता або "пан з тютюном". Вираз буквально означає "той, хто б'є битою поперек" та відноситься до крикету, популярної гри в Індії та Пакистані, і характеризує поганого гравця з битою.

5. *Номінація предметів побуту.* Досить цікавим у мумбайському слензі є спосіб номінації різноманітних електронних гаджетів: गौरखा "пейджер" (літ. гінді "горобець"), कौवा "мобільний телефон" (літ. гінді "ворона"), बकड़ी "сенсорний смартфон" (літ. гінді "коза"), भैंस "ноутбук" (літ. гінді "буйвіл"), हाथी "персональний комп'ютер" (літ. гінді "слон") тощо. Як нами було зазначено раніше, багато мовців мумбайського сленгу так чи інакше пов'язані зі злочинами. Можемо припустити, що така заміна назв виникла у середовищі людей, що займаються крадіжками та продажем краденої електроніки, а популярності серед молоді набу-

ли через те, що, по-перше, ці слова належать дорідної їм мови і, по-друге, через значне спрощення форми (наприклад, हाथी замість डब्लुकटॉप कंप्पूटर). Інші сленгові назви предметів побуту, інструментів: सामान "зброя" (літ. гінді "багаж"), घोडा "пістолет" (літ. гінді "кінь"), डब्लुबा "поліцейська машина" (літ. гінді "коробка"). Ці та інші лексеми, які у кримінальному середовищі набули нових відтінків значень є не зрозумілими для нефакхівців.

6. *Сленгові варіанти загальноновживаної лексики*: अपुन "я" – займенник 1 ос. одн. що утворився від присвійного займенника першої особи однини діалекту мови маратхі; कायको "чому?" (літ. гінді питальний займенник क्यो,क्यू); सुल्ताना "вирішити проблему" (літ. гінді सुलटा"рівний"); हडकना "їсти" (літ. гінді "їсти"); दबाना "жертит"(літ. гінді "давити, чавити"); ओफ हो णा "померти" (букв. "бути виключеним", англ. Off + гінді हो णा); वाट लगना "стикатися з серйозною проблемою, сильно вплинути"; गोली दबाना "вбити когось" (букв. "дати кулю"); फूल तो होना "сильно набратися, бути на підпитку"; चाल अपुन та कलती मारता ह॥ "(я) змиваюся!"; इधरिच "тут" (літ. гінді इधार); उधरीच "там" (літ. гінді उधार), ण्ठी "сто тисяч" (літ. гінді "пояс"), сленговий аналог слова гінді लाख "сто тисяч"; खोका "десять мільйонів" сленговий аналог слова काड़ोर; हरी ण्ठी "п'ятсот" (літ. гінді "зелений листок" – лексема утворена за аналогом кольору купюри номіналом в 500 рупій, яка має зеленуватий колір).

Так, часто можна почути вирази на зразок आर॥यार,वान्दा हो गया! "Гей друже, виникла невелика проблема!"; आर॥यार ज़ोल हो गया! "Гей друже, виникла велика проблема!"; а вираз आर॥यार राडा हो गया! означає "Гей друже, у нас виникла нерозв'язна проблема!".

I, мабуть, найпоширеніший серед індійської молоді вираз आराम्यार कोई (तension नहीं) "Друзяко, не хвилюйся".

Зі сказаного вище можна зробити такі висновки: мумбайський сленг є природнім мовним явищем, яке утворилося і поширилося на території Індії в умовах унікальної мовної ситуації. Мумбайський сленг – виконує велику кількість комунікативних завдань і використовується переважно молоддю з метою увиразнення емоційності висловлювання. Сленг дуже швидко змінюється зважаючи на об'єктивні причини: індійське суспільство розвивається швидкими темпами, разом з тим швидко змінюються субкультури, що належать до цього суспільства. Таким чином, сленг мови гінді проникає до літературної мови та взаємодіє з нею, що має як позитивні так і негативні наслідки.

На наше переконання, ця тема потребує ґрунтовніших та глибших досліджень, оскільки явище набуло доволі серйозної популярності в Індії. В майбутньому ми плануємо розширити тему дослідження та проаналізувати інші аспекти, оскільки сленг має серйозне практичне значення і стане в нагоді туристам, любителям сучасного індійського кіно, студентам, що вивчають мову гінді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва, 1966. – 607 с.
2. Газиева И. А. К вопросу о слэнге в языке хинди / И. А. Газиева // Материалы II Международной научной конференции ["Восточные языки и культуры"], (20–21 ноября 2008 г.) / Отв. ред. М. Б. Рукодельникова. – М. : РГГУ, 2008. – 370 с.
3. Гальперин И. Р. О термине "слэнг" // Вопросы языкознания. 1956. – № 6. – С. 107–114.
4. Єфремова Т. Ф. Новий словник російської мови / Т. Ф. Єфремова. – М. : Російська мова, 2000. – 425 с.
5. Кротевич С. В. Словник лінгвістичних термінів / С. В. Кротевич, Н. С. Родзевич. – Київ, 1957. – 236 с.
6. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона 2006 года. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.01 / Мартос С. А. – Луганськ, 2006. – 20 с.
7. Матюшенко О. Є. Запозичення як один із найпродуктивніших засобів створення одиниць сучасного молодіжного сленгу // О.Є.Матюшенко // Соці-

альні варіанти мови – II: матеріали Міжнар. наук. конф. – Н. Новгород : НДІТУ ім. М. О. Добролюбова, 2003. – 387 с.

8. Словник української мови: в 11 томах.. // Том 9 / 1978. – 350 с.

9. Хомяков В. А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода. Авто-реф. докт. Дис. ... канд. филол. наук. Хомяков В. А. – Л., 1980. – 40 с.

10. Чеховський В. О. Лінгвістичні основи вчення про терміни: Посібник для філол. спец. вузів. / В. О. Чеховський. – М. : Вища шк., 1997 – 94 с.

11. 'Bindaas' finds its way to the Oxford Dictionary [Електронний ресурс]. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: <http://expressindia.indianexpress.com/news/fullstory.php?newsid=52505>

12. Dialects in Hindi [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.hindilanguage.org/hindi/dialects.asp>.

13. Mumbai Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://mumbai.metblogs.com/archives/2005/12/mumbai_dictionary.phtml.

Стаття надійшла до редакції 28.04.15

Д. Усов, студ.

Институт филологии КНУ им. Т. Шевченко, Киев

Особенности функционирования мумбайского сленга в коммуникации современной индийской молодежи

В статье рассматриваются особенности функционирования мумбайского сленга в коммуникации современной индийской молодежи, а именно само явление мумбайского сленга и актуальности его исследования для лингвистики языка хинди. В целом данная статья является одним из аспектов комплексного исследования сленга в языке хинди.

Ключевые слова: мумбайский сленг, бомбейский сленг, бхинди, тапори, сленг хинди, разговорная лексика в хинди

D. Usov, stud.

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

Functioning of Mumbai slang in communication of modern Indian youth

The article describes the peculiarities of Bombay Hindi in communication of modern Indian youth and shows what is Bombay Hindi and how actual it's research in linguistic of Hindi language. This article is one of the aspects of slang researches in Hindi language.

Keywords: Bombay Hindi, Mumbai Hindi, Bhindi, Tapani, Hindi slang, colloquial lexicon of Hindi language.

ЕПОНІМІЧНА СКЛАДОВА МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Стаття присвячена аналізу епонімічної складової медичної термінології як способу репрезентації вузькогалузевих професійних знань лікаря та культурно-історичного досвіду людства. Доведено, що ономастикон медичної термінології, побудований на використанні власних назв у мові медицини, відбиває антропоцентричну сутність людського мислення та дозволяє по-новому осмислити деякі традиційні проблеми термінознавства.

Ключові слова: медична термінологія, епонім, епонімічний термін, міфонім, реалонім.

Медична термінологія, яка формувалася протягом століть, продовжує свій динамічний розвиток, про що свідчить існування особливої категорії термінів-епонімів, утворених від власних назв. Епонім (гр. ἐπώνυμος – той, що дає ім'я, назву) – особа, від імені якої утворений будь-який інший онім [5; 165]. За даними російського дослідника медичної термінології М. М. Чернявського, епонімічні назви складають приблизно 30 % від загальної кількості термінів, більшість з яких припадає на неврологію та психіатрію [8; 410–425]. Власні назви були та залишаються важливим джерелом формування наукової мови медицини, про що свідчить той факт, що епонімічними термінами перевантажені майже всі мікросистеми медичної термінології. Найбільш поширеними сферами вживання онімів є номінація хвороб, синдромів, операцій, реакцій, методів дослідження, а також деяких анатомічних утворень тощо.

Теоретичним дослідженням епонімів як особливої лексичної категорії займалися Д. С. Лотте, О. В. Суперанська, О. В. Данильченко, Г. І. Боженар, Б. П. Михайлишин, Ю. О. Карпенко та ін. Медичні терміни-епоніми різних галузей були предметом практичного аналізу українських і російських мовознавців, зокрема цього питання торкалися Р. І. Стецюк у дослідженні кардіологічної термінології [6; 10, 12] та М. В. Дмитрук, яка проаналізувала лексику ветеринарії [2; 11]. Треба також відзначити дослі-

дження російського лексикографа Л. В. Хіль, що обрала предметом аналізу оперативно-хірургічну термінологію [7; 11–12].

Сучасні мовознавці пов'язують виникнення епонімічних термінів насамперед з позамовними факторами: історичними, соціальними, психологічними, а з лінгвістичної точки зору формування термінів-епонімів є різновидом метонімічного переносу [1; 41]. Завдяки вживанню власних назв у медичній термінології "категорія мовної особистості, починаючи з Гіппократа, продовжує залишатися ключовою в термінознавчих процесах" [3; 573]. Так, Б. П. Михайлишин вважає зазначені лексеми вторинними відносно однойменних понять, такими, що виникли як наслідок метонімічних процесів [4; 45–50].

Метою дослідження є аналіз епонімічної складової медичної термінології як способу репрезентації професійних і культурно-історичних знань, виявлення функціональних особливостей міфологічних термінів-епонімів. **Об'єктом** дослідження є епонімічні терміни з латинськомовної анатомічної та клінічної термінології.

Процеси термінотворення цікавлять сьогодні не лише лінгвістів, але й фахівців-медиків, які зіткнулися з проблемою доцільності функціонування пропріальних назв у науковій термінології та відсутністю єдиних правил транслітерації, відповідно до вимог того чи іншого національного правопису.

Для медичної термінології є більш характерним широкє, порівняно із загальнолітературною мовою, використання власних назв як основи для творення нової мовної одиниці, де відонімні терміни функціонують як звичайні і повноправні найменування.

Про давні традиції використання епонімів у мові медицини свідчить той факт, що ім'я "батька медицини" Гіппократа знайоме медикам, починаючи з **Hippocratis iusjurandum** – клятви Гіппократа, якою вони присягають на вірність медицині. Ім'я засновника європейської медицини увійшло також до складу таких клінічних термінів: **facies hippocratica** – обличчя ("маска") Гіппократа, що означає поступову зміну рис обличчя вмираючої людини, **succusio Hippocratis** – "сплеск" Гіппократа, звук у грудній клітині, характерний для гідропневмоторакса, **ungulus Hippocratis** – ніготь Гіппократа, опукла форма нігтя як

симптом остеоартропатії. Крім того, з Гіппократом пов'язані назви засобів з практичної хірургії: **mitra Hippocratis** – мітра або шапка Гіппократа, пов'язка з двох бинтів при травмах голови; **scamnum Hippocratis** – лавка Гіппократа, спеціальна лава для фіксації хворого з травмами хребта або кінцівок.

Вважають, що перші епонімічні терміни з'явилися у мові медицини ще за часів Античності, у той час, коли закладалися основи "мистецтва лікування". Проте більш активно власні назви почали вживатися в епоху Відродження, коли виник культ Античності. До таких термінів можна віднести: **mons Veneris** – міст Венери (нижній відділ лона на рівні лобка), **umbilicus Veneris** – заглиблення Венери (заглиблення щік) тощо. Багато з цих термінів відомі нам і сьогодні, але поступово як релікти попередніх епох вони зникають з ужитку, витіснені сучасними назвами.

Вживання епонімів у медичній термінології напряму залежить від розвитку самої науки. Епонімічні медичні терміни виникають перш за все в клінічних галузях медицини для опису складних, неоднозначних проявів хвороби, де практична діяльність лікарів часто випереджає наукові дослідження та висновки. Подібні ознаки не можуть бути зафіксовані як суттєві у мовному знаку, тому спочатку співвідносяться з ім'ям окремої персоналії.

В ономастичному просторі медичної термінології існують різні види онімів, які за типом денотата (віртуальний / реальний) можна розподілити на *міфоніми* (грец. $\mu\acute{\upsilon}\theta\omicron\varsigma + \omicron\nu\omicron\mu\alpha$) та *реалоніми* (лат. *realis* + $\omicron\nu\omicron\mu\alpha$). Останній термін запропонований російською дослідницею Г.О. Абрамовою. Власні назви з віртуальними денотатами, що зустрічаються у медичній термінології, можна розподілити на дві групи. До першої групи належать *теоніми* (грец. $\theta\epsilon\acute{o}\varsigma + \omicron\nu\omicron\mu\alpha$) – власні назви божеств в античному пантеоні, наприклад: **morbus Heracleus** (гераклова хвороба) – застаріла назва епілепсії; **cornu Ammonis** (ріг Аммона) – скронева частка головного мозку; **atlas** – атлант (перший шийний хребець); **caput Medusae** – голова Медузи – симптом, що часто спостерігається при цирозі печінки. До другої групи належать *міфічні топоніми* (грец. $\tau\omicron\pi\omicron\varsigma + \omicron\nu\omicron\mu\alpha$) – власні назви міфологічних об'єктів і місцевостей, наприклад: **lethargia** – хворобли-

вий стан, схожий на сон, для якого властива повна відсутність зовнішньої реакції, майже непомітне дихання, слабкий пульс і кров'яний тиск. Цей клінічний термін, утворений від гідроніма **Λήθη** (Лета) – грецької назви річки забуття в підземному царстві Аїда. Коли померлий пив воду з Лети, його душа забувала все, що пережила й бачила на землі, звідки походить вислів "канути в Лету", тобто "піти в небуття, зникнути назавжди".

До власних назв з реальними денотатами належать *антропоніми* (грец. ἄνθρωπος + ὄνομα) – власні назви, що офіційно ідентифікують людей. Терміни-епоніми, утворені на основі антропонімів виконують меморіальну функцію, оскільки є визнанням заслуг дослідників, що зробили різноманітні відкриття в галузі медицини. Отримавши статус знака, що індивідуалізує та виділяє одиничний денотат із ряду однорідних, власне ім'я (епонім-антропонім) у складі терміна-словосполучення стає визначальним компонентом, забезпечує поєднання ознак максимально абстрактного з максимально конкретним. Наприклад: **morbis Botkini** (хвороба Боткіна) – інфекційний вірусний гепатит; **symptomum Belski** – симптом Бельського.

Існувала також традиція називати хворобу на честь хворого, у якого вперше було виявлене дане захворювання. Так, в 1952 році був ідентифікований новий вид гемофілії **Haemophilia B**, який часто називають за прізвиськом першого обстеженого хлопчика, "хворобою Крістмаса".

У порівнянні з антропонімами, міфоніми є універсальними пропріативами з віртуальним денотатом, які ідентифікують певний міфологічний персонаж через усталений набір ознак. Вживання теонімів у медичних термінах-епонімах полегшує сприйняття та запам'ятовування наукових назв. На відміну від антропонімів, міфоніми створюють додаткову образність терміна, оскільки більшості міфонімів властиві прихована емоційність і експресивність, як позитивна, так і негативна.

Епонімічні терміни, до складу яких увійшли антропоніми або міфоніми, інколи створюють певні труднощі в роботі практичних лікарів і значно ускладнюють процес визначення діагнозу та призначення правильного лікування, оскільки вимагають не тільки професійних, але й фонових знань.

Ономастикон медичної термінології, побудований на використанні власних назв у мові медицини, відбиває антропоцентричну сутність людського мислення та дозволяє по-новому осмислити деякі традиційні проблеми термінознавства, виявити когнітивні основи процесу термінологічної номінації. Комплексний аналіз термінів-епонімів, у складі яких присутні різні види міфологізмів, дозволяє визначити психо-культурологічний комплекс, сукупність конотативних, семантичних і денотативних ознак, що актуалізуються в термінологічній одиниці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Воробьева М. Б.* Особенности реализации эпонимов-терминов в научном тексте // Научная литература / Язык, стиль, жанры. – М. : Наука, 2005. – 33–47 с.
2. *Дмитрук М. В.* Формування української ветеринарної лексики: автореферат дис. на здобуття наук.ступеня канд. філол. наук / М. В. Дмитрук. – Запоріжжя: ЗДУ, 2001. – 20 с.
3. *Жмуров В. А.* Большой толковый словарь терминов психиатрии. – Элиста : Джангар, 2010. – 864 с.
4. *Михайлишин Б. П.* 3 історії термінів-епонімів / Б. П. Михайлишин // Мовознавство. – 1994. – № 4–5. – 45–50 с.
5. *Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии. – М., 1988. – 198 с.
6. *Стецюк Р. І.* Українська кардіологічна термінологія (структурно-семантична характеристика): автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / Р. І. Стецюк. – Запоріжжя: ЗДУ, 1998. – 21 с.
7. *Хиль Л. В.* Структурно-семантическая характеристика русской оперативно-хирургической терминологии: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / Л. В. Хиль – Днепропетровск: ДГУ, 1992. – 16 с.
8. *Чернявский М. Н.* Краткий очерк истории и проблемы упорядочения медицинской терминологии: энциклопедический словарь медицинских терминов / М. Н. Чернявский; гл. ред. Петровский Б. В. – М. : Советская энциклопедия, 1984. – Т. 3. – С. 410–425.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

О. В. Харик, магістрант
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Диахронический аспект исследования эпонимической составляющей медицинской терминологии

Статья посвящена анализу эпонимической составляющей медицинской терминологии как способа репрезентации узкоотраслевых профессиональных знаний врача и культурно-исторического опыта человечества. Показано, что

ономастикон медицинской терминологии, построенный на использовании имен собственных, отражает антропологическую сущность человеческого мышления и позволяет по-новому осмыслить некоторые традиционные проблемы терминоведения.

Ключевые слова: медицинская терминология, эпоним, эпонимический термин, мифоним, реалоним.

О. Kharyk, Master Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Diachronic Aspect of Study of the Eponymic Components in Medical Terminology

The article is devoted to the analysis of the eponymic component in medical terminology as a way of representation of the doctors' strictly specialized erudition and cultural / historical experience of humanity.

Keywords: medical terminology, eponym, eponymic term, mythonym, realonym.

УДК 378.147:811.512.161(075.8)

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

РОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ПОСІБНИКІВ ІНСТИТУТУ ІМЕНІ ЮНУСА ЕМРЕ У ВИВЧЕННІ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ

У статті подається детальний опис підручників з турецької мови, розроблених Інститутом імені Юнуса Емре. Наведено короткі відомості про структуру та функції зазначеного Інституту, а також життя і творчий доробок турецького поета Юнуса Емре.

Ключові слова: викладання іноземних мов, турецька мова, Інститут імені Юнуса Емре, Юнус Емре, навчальні посібники.

Тюркські мови посідають п'яте місце за кількістю носіїв серед 6500–7000 мов світу. Тип будови тюркських мов – аглютинативний; вони входять до алтайської групи урало-алтайської мовної сім'ї; приблизно 20 тюркських мов охоплює широку географію і налічує близько 220–250 мільйонів носіїв.

Актуальність дослідження визначається тим, що у порівнянні з іншими тюркськими мовами турецька має найбільшу кількість носіїв (близько 100 мільйонів). Турецька є рідною мовою

тюрків, що проживають на територіях сучасної Туреччини, Балкан, Кіпру, Іраку та Сирії. Значна кількість турецьких емігрантів, що мешкають на території таких країн, як Австрія, Австралія, Німеччина, Нідерланди, Франція, США, Бельгія, Швеція, Велика Британія, Данія, Швейцарія та інші розмовляють турецькою.

Об'єктом нашого дослідження є сучасні методологічні принципи викладання іноземних мов, **предметом** – методика викладання турецької мови для іноземців на базі підручників Інституту імені Юнуса Емре.

Мета дослідження – ознайомити українського педагога з посібниками з турецької мови, які були випущені Інститутом імені Юнуса Емре.

Економічні, політичні та геополітичні особливості разом із історично-культурним багатством Туреччини пробуджують жвавий інтерес як до самої країни, так і до її мови. Помічено, що протягом останніх років стрімкий розвиток кіноіндустрії, мистецтва та музики став причиною збільшення кількості іноземців, які прагнуть вивчати турецьку мову. Відповідно, попит, що виникає, потрібно якось заохочувати; у різних країнах світу з'являється низка пропозицій задля підтримки таких потреб. По-перше, популяризуються різні інтернет-сайти, проте вони, зазвичай, не мають певної навчальної системи, а лише знайомлять іноземного реципієнта із основами граматики іноземної мови. По-друге, значна кількість установ почала проводити заняття з турецької мови. Згідно з даними дослідження 2005 року встановлено, що у 57 країнах офіційно функціонує 223 освітні центри турецької мови [3, с. 1]. На сьогоднішній день кількість таких центрів, відповідно, більша.

Вивчення мови – довготривала та кропітка праця. Тому і постає проблема правильного вивчення та викладання турецької мови, що потребує відповідної освіти та професійних методів викладання. Таким чином, наявність науково-методичних посібників турецької мови є дуже важливим компонентом процесу її викладання. Навчальні посібники Інституту імені Юнуса Емре підготовлені відповідно до вищезгаданих потреб.

Хто такий Юнус Емре?

Юнус Емре – містик, народний поет, новатор анатолійської турецької мови та один із важливих представників школи Ахмета Єсєві в Анатолії. Іншими словами, Юнус Емре – це провідна постать, що відіграла значну роль у становленні турецької мови та літератури. Він, залишивши по собі спадок релігійно-суфійського змісту, та, завдяки своїй кропіткій праці, зробив значний внесок у розвиток літературної турецької мови [2, с. 340]. На жаль, немає точних біографічних відомостей про поета; 1240 рік прийнято вважати роком народження Юнуса Емре, а 1321 – роком смерті (тобто, поет жив з середини XIII століття до першої чверті XIV століття) [1, с. 249]. Точних записів про місце народження поета також не існує, але вважається, що Юнус Емре проживав в районі сучасного міста Ескішехір. Народився та жив у період соціальних і політичних негараздів. Деякі джерела стверджують, що письменник ніде не навчався, інші ж говорять, що він отримав освіту у місті Конья [5, с. 60].

Про життя Юнуса Емре до наших днів дійшло багато легенд; особливо про те, як він багато мандрував та працював прислужником. Також є чимало розбіжностей щодо фактів його смерті. Могили Ахмета Єсєві є в таких, наприклад, містах, як Міхаличчик, Караман, Афйон, Ерзурум, Маніса тощо. Проте вважається, що поет, врешті-решт, повернувся до свого рідного міста (Сарикьой), де і помер [5, с. 60]. Така велика кількість місць поховання, а також те, що навіть після його смерті деякі поети під своїми віршами ставили його ім'я, говорить про те, наскільки сильно народ його любить та шанує.



<http://www.yee.org.tr/turkiye/tr/anasayfa>

Юнус Емре жив у той період, коли Сельджукська держава почала занепадати. Монгольська навала спричинила переселення великих груп тюрків із захоплених територій; монголи винищували автохтонне населення

цих територій. У цей темний період Юнус Емре своєю світлою та чистою турецькою мовою намагався донести та поширити любов, повагу, доброту, віру та мораль серед народу.

Risvlety'n-Nushiyye (або "Книга повчань") – це твір, створений у 1307 році; складається із 562 бейтів [1, с. 250]. Пронизана релігійно-моральними та суфійськими особливостями "Книга повчань" – дидактичний твір, написаний віршованим розміром аруз у формі месневі.

Диван – це збірка віршів Юнуса Емре. Деякі вірші "Дивану" написані розміром хедже, інші – арузом. В основі цих віршів лежить глибока любов до Аллаха, пророка та людей. Юнус Емре замість перської мови, яка в той період була мовою літератури, писав чистою та простою для народу турецькою. Мова Юнуса Емре була зрозумілою для простого люду, тому його твори стали дуже популярними на території Анатолії та на Балканах. Таким чином, Юнус Емре разом із іншими письменниками того періоду заклав основи писемної турецької мови. У своїх творах Юнус Емре використовував багато лексики саме турецького походження, що вживається і сьогодні; його вірші зрозумілі й для сучасного читача [1, с. 249]. Отже, Юнус Емре – письменник, внесок якого в турецьку мову та літературу є незрівнянним.

Інституту імені Юнуса Емре

Мета та цілі заснування Інституту імені мовно-культурного просвітителя Юнуса Емре, вказані на сайті Інституту, такі:

"Фонд Юнуса Емре – це суспільний фонд, який було засновано 05.05.2007 р. згідно з законом № 5653. Цілі фонду спрямовані на ознайомлення з Туреччиною, турецькою мовою, історією, культурою та доробками мистецтва; подача необхідної інформації, пов'язаної з вищезазначеними категоріями та розповсюдження її за межами Туреччини; надання допомоги іноземцям, що прагнуть отримати якісну освіту у сфері турецької мови, культури та мистецтва; а також поглиблення дружніх відносин з різними країнами через посилення та розвиток культурного обміну між ними" [7].

Інститут імені Юнуса Емре бере на себе обов'язки культурної дипломатії за прикладом діяльності Британської Ради (Англія), Інституту імені Гете (Німеччина), Інституту імені Мігеля де Сервантеса (Іспанія), Культурних центрів США, Кореї та Китаю. Серед цілей діяльності Інституту, зокрема, визначається таке:

"... забезпечення та підтримка діяльності науковців та дослідників у сфері турецької мови, культури, мистецтва та музики, а також реалізація розроблених сертифікованих науково-освітніх програм" [12].

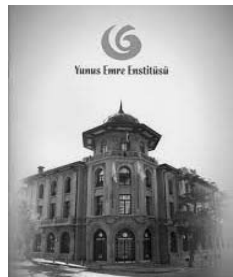
Інститут працює у відповідності з цими цілями та завданнями, використовуючи різні засоби. Зокрема, за кордоном Турецький культурний центр імені Юнуса Емре проводить активну діяльність задля ознайомлення з культурою та способом життя в Туреччині; до центру запрошуються різні науковці для проведення семінарів. Люди, яких запрошують до центру, є високопоставленими особами та відомими діячами сфери культури та мистецтва Туреччини. На базі Інституту активно працює 38 культурних центрів. Крім функції ознайомлення з Туреччиною за кордоном Інститут виконує і низку інших завдань.

Інститут зробив значний внесок у створення різноманітних культурних проєктів: як "100 бібліотек Туреччини", "Відродження традиційних турецьких мистецтв на Балканах", "Реконструкція культурної спадщини на Балканах" і т.д.



Yunus Emre Enstitüsü

Емблема Інституту



Будівля Інституту (Анкара)

<http://www.yee.org.tr/turkiye/tr/anasayfa>

Найбільш важливим напрямком діяльності Інституту є сфера освіти. З метою підвищення рівня освіти в Туреччині відкриваються курси турецької мови, організовуються сертифіковані програми, літні школи турецької мови, семінари, турецька мова викладається як іноземна для підвищення кваліфікації викладачів. Основними засобами виступають книги і навчальні матеріали, розроблені згід-

но з планом Інституту Юнуса Емре. До сфери роботи Інституту також входить розробка та проведення тестів на визначення рівня турецької мови, організація мовних курсів. Наприкінці слід відзначити проект "Тюркологія", який має на меті підтримку спеціалістів у галузі тюркології, науковців та студентів, що навчаються на кафедрі тюркології в закордонних університетах. Турецьке агентство зі співробітництва та розвитку (ТІКА), що раніше займалося цією діяльністю, передало свої повноваження Інституту імені Юнуса Емре, засвідчивши це в договорі, підписаному 20 вересня 2011 року. У рамках проекту було підписано низку угод про співпрацю з 58 університетами в 37 країнах світу. Кількість університетів партнерів зростає і надалі [10].

Навчальні посібники Інституту імені Юнуса Емре

У Центрі турецької мови "TÖMER" при Анкарському університеті викладається турецька мова для іноземців. Окрім мовних курсів "TÖMER", деякі установи організовують різноманітні літні табори та навчальні програми з метою вивчення турецької мови. Такі установи та організації працюють відповідно до різних програм та методик викладання [4, с. 73–126]. Навчальні посібники, підготовлені Інститутом імені Юнуса Емре, є цінним доповненням до наявних програм з вивчення турецької мови.

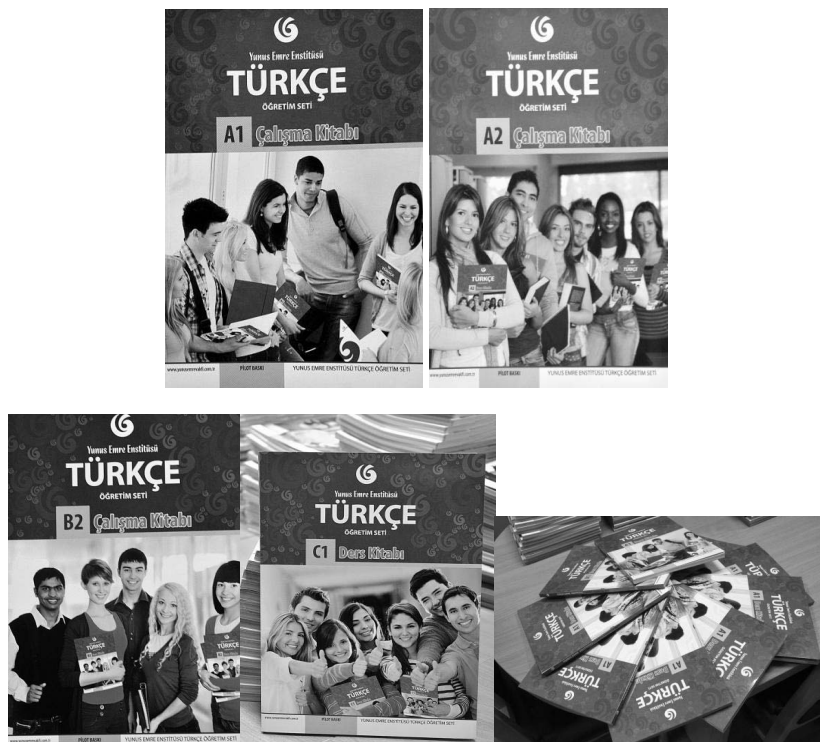
До навчальних посібників, підготовлених відділом освіти Інституту імені Юнуса Емре, входять теоретичні та практичні книги для студентів, методичні розробки для викладачів, книги для читання та диски з аудіозаписами. Посібники написані висококваліфікованими фахівцями. Спочатку вийшли друком теоретичні та практичні підручники, які укладались протягом 18 місяців. Перший випуск підручників науково-навчального центру Інституту імені Юнуса Емре рівнів A1, A2, B1, B2 та C1 використовуються Центрами турецької культури імені Юнуса Емре, на кафедрах тюркології та на курсах турецької мови "TÖMER". Розробка підручників рівня C2 ще досі триває. Зазначені комплекти підручників укладаються відповідно до Спільних критеріїв мовних вимог Ради Європи. У вересні 2015 року у продажу з'явиться новий випуск підручників із фотографіями відомих акторів. Згодом – методичні розробки для викладачів, книги для читання та диски з аудіо-записами також надійдуть до редакцій [9].

Перший комплект посібників, що наразі вже надрукований, складається з таких рівнів: A1 та A2 – базові знання із лексики та граматики; рівні B1 та B2 розраховані для засвоєння середнього рівня турецької мови; рівень C1 – володіння турецькою мовою вище середнього рівня.

Зовнішній дизайн підручників розроблений дуже вдало та привертає увагу до себе яскравими палітурками. Підручники надруковані у форматі A4 на якісному папері. Використані наочні засоби створюють жвавість та динамічність. Завдяки наочності, на якій акцентується увага, засвоєння матеріалу відбувається краще. Крім того, у текстах використовується різний шрифт. У деяких місцях, щоб підкреслити важливість теми, змінюється не тільки розмір шрифту, але також і його колір. У підручниках для аудиторних занять близько 150 сторінок; у підручниках для домашніх вправ – близько 100.

З точки зору структури, кожний підручник від рівня A1 до рівня C1 складається з восьми розділів або тем. У свою чергу, кожний розділ розподіляється на підтеми. Зміст підручника знайомить користувача із темами розділів та сторінками, які їм відповідають. На початку кожної теми знаходиться короткий опис матеріалу, який вивчатиметься у межах того чи іншого розділу (вправи, граматика, нова лексика). Окрім цього, у заголовку "Підготовка до теми" наводиться список питань, які допоможуть учню підготуватися та зрозуміти, про що йтиме мова та на що потрібно акцентувати увагу. Далі викладається основна частина уроку з текстами на загальну тематику ("Спорт", "Здоровий спосіб життя", "Мистецтво" і т. п.), а також включені тексти про турецьку культуру, літературу, музику і т.п. (наприклад, "Турецька кава", "Традиційне мистецтво Туреччини", "Джахіт Арф", "Айше Кулін", "Фестиваль місцевих страв" і т.п.). Вправи та запитання посібників укомплектовані на основі чотирьох компонентів процесу вивчення будь-якої мови (слухання, читання, письмо та сприйняття на слух). У текстах певного уроку робиться акцент на ту чи іншу граматичну форму. Після ознайомлення з граматичними правилами та прикладами їх застосування в мові наводяться вправи для засвоєння матеріалу (заповнити пропуски, закінчити

речення, виправити помилки у слові чи реченні та ін.). У кінці кожної теми є частина "Оціни себе". У цьому розділі наведено декілька запитань для засвоєння учнями пройдених тем.



Посібники Інституту імені Юнуса Емре

Таким чином, підручники Інституту імені Юнуса Емре містять коротку теоретичну інформацію, а також вправи та тексти на розвиток мовлення, засвоєння граматики, покращення сприйняття на слух, забезпечують ґрунтовне оволодіння матеріалом. Найближчим часом Інститут імені Юнуса Емре планує видати на основі підручників для учнів та студентів комплект навчальних посібників, які стануть керівництвом для викладачів турецької мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Akar A. Türk Dili Tarihi. – Ankara: Çıtkın Yayınları, 2010. – S. 249–250.
2. Aksan D. Dilbilim ve Türkçe Yazıları. – İstanbul : Multilingual, 2004. – S. 340.
3. Dolunay S. K. Türkiye ve Dünyadaki Türkçe Öğretim Merkezleri ve Türkoloji Buluşmaları Üzerine Bir Değerlendirme. – XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi. – Denizli, 2005. – S. 1–7.
4. Güzler A., Tabak G., Zöekun A. Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretimi Kaynakçası, TTBAR-XXXII-Gbz, 2012. – S. 73–126.
5. Gölsevin G., Boz E. Eski Anadolu Türkçesi. – Ankara: Gazi Kitabevi, 2004.
6. İbrahim Atabey, İbrahim Göltekin, Mahir Kalfa, Filiz Mete, Aydan Eryiğit Uğur Kılıç Yunus Emre Enstitüsü Türkçe Öğretim Setleri (Ders ve Çalışma Kitapları: A1, A2, B1, B2, C1 Seviyeleri). – Ankara : Merdiven Reklam Tanıtım.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

7. Enstitü Başkanlığı. Siteye giriş eekli: <http://www.yee.org.tr/turkiye/tr/kurumsal/enstitu-baskanligi>, erişim tarihi: 22.03.2015.
8. Sakarya Üniversitesi. Siteye giriş eekli: http://www.tomer.sakarya.edu.tr/yabanci_dil_olarak_turkce_ogretimi_akademik_kaynaklari.htmerieim tarihi: 22.03.2015.
9. Seçmeli ve Zorunlu İkinci Yabancı Dil Dersi Olarak Türkçe. – Siteye giriş eekli: <http://www.gencyazilim.net/yetes/>, erişim tarihi: 22.03.2015.
10. Türkoloji Koordinatörlüğü. – Siteye giriş şekli: <http://www.yee.org.tr/turkiye/tr/turkoloji>, erişim tarihi: 22.03.2015.
11. Yunus Emre Enstitüsü. – Siteye giriş eekli: <http://www.yee.org.tr/turkiye/tr/anasayfa>, erişim tarihi: 22.03.2015.
12. Yunus Emre Vakfı. – Siteye giriş şekli: <http://www.yee.org.tr/turkiye/tr/kurumsal/vakif-yonetimi>, erişim tarihi: 22.03.2015.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Б. Хюнерли, канд. филол. наук
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Роль учебных пособий Института имени Юнуса Эмре в изучении турецкого языка

В статье подается подробное описание набора учебников по турецкому языку, разработанных Институтом имени Юнуса Эмре. Приведены краткие сведения о структуре и функциях Института, жизни и творчестве турецкого поэта Юнуса Эмре.

Ключевые слова: преподавание иностранных языков, турецкий язык, Институт имени Юнуса Эмре, Юнус Эмре, учебные пособия.

B. Hunerli, PhD in Philol.
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The role of the tutorials of Yunus Emre Intitute in the learning of the Turkish Language

The article deals with a detailed description of the set of textbooks of the Turkish language, developed by the Institute named after Yunus Emre. Also, the structure and functions of the Institute are explained; life and creative heritage of the Turkish poet Yunus Emre is mentioned.

Keywords: teaching foreign languages, Turkish, Yunus Emre Institute, Yunus Emre, tutorials.

УДК 821.14'06Kap (045)

В. М. Челпан, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТВОРЧОСТІ МІТІ КАРАГАЦИСА

У статті розглянуто, у лінгвістичному плані текстотворчі функції культурно-мовних компонентів, що активують функцію лінгвокультурного впливу ідіомовного доробку одного з провідних новаторів так званого "покоління тридцятих" у модерній грецькій літературі Міті Карагациса, особливості метафорично-образної організації текстового загалу, яка розбудовується навколо етнологічно вагомих змістових компонентів, в тому числі регіонального плану; розгалужене використання територіальної і соціальної діалектної лексики, граматичних утворень і фразеологічних одиниць; вписування у текстову тканину етнографізмів, які взаємодіють із нейтральною лексикою, котра за їх допомогою набуває рис національної; поширене використання архаїчної та катаревусної лексики і конструкцій.

Ключові слова: культурно-мовний компонент, текстотворчі функції, лінгвокультурний вплив, ідіомовний доробок.

У мовознавчих розвідках останніх років дедалі більше уваги приділяється художньому тексту як сукупності мовних засобів, за допомогою яких митці слова активують одну з найважливіших функцій для художнього стилю – функцію впливу [Липгарт 2013, 47].

Так само, як для визначення певного функціонального стилю необхідно окреслити не тільки відповідну поняттєву сферу, але

й притаманне їй поєднання мовних ознак, суттєво відмінне від тих, які спостерігаємо в інших сферах, у межах мовного світу того чи іншого майстра слова ймовірно виявити домінування однієї із запропонованих В. Виноградовим основних функцій мови: спілкування, повідомлення або впливу [Jakobson 1960, 323] за тими самими ознаками.

Якщо звернутися до ідіомовного доробку (у термінах К. Тищенка: сукупності всіх усних і письмових текстів (ансамблі творів, твори, їхні частини і уривки [Тищенко 2007, 92]) Міті Карагачиса, одного з провідних новаторів так званого "покоління тридцятих" у модерній грецькій літературі, то домінуючою із вищезгаданих функцій виявляється саме функція впливу. Таке припущення ґрунтується, з одного боку, на міркуваннях шерехи дослідників творчої спадщини письменника (Н. Афанасіадис, М. Вітті, П. Глезос, К. Димадис, Д. Дзйовас, Х. Дуня, А. Карандоніс, М. Меракліс, М. Міке, Н. Політис, П. Теодосату-Куцаделі, А. Франдзи, П. Хадзигеоргіу, К. Циропулос, та ін.), з іншого, більшою мірою, на розгляді мовних засобів, що формують художній мовосвіт М. Карагачиса.

Отже, відсутність глибоких праць, націлених на лінгвістичне обґрунтування ідіостилю, огляд ідіолектних особливостей його мовної особистості, з'ясування місця і ролі художника слова в інтелектуальному розвої грецького культурно-мовного простору зумовлюють **актуальність** наукової розвідки, зосередженої на лінгвокультурних вимірах мовного впливу М. Карагачиса. **Мета** дослідження полягає у виявленні культурно-мовних компонентів, співвіднесених з функцією впливу, а також у визначенні у лінгвістичному плані їхніх текстотворчих функцій, як ключових одиниць, що забезпечують цілісність ідіомовного доробку. **Об'єктом** є мовні засоби, які активують в текстовому загалі функцію впливу, виявлені в репрезентативних оповіданнях М. Карагачиса [Καραγάτσης 2000], які й правлять **матеріалом** дослідження. **Предметом** розвідки виступають текстотворчі функції виявлених культурно-мовних компонентів. **Наукова новизна** роботи має своєю суттю те, що вперше в елліністиці здійснено спробу

дослідити письмо М. Карагачиса у лінгвістичному плані в контексті його впливу на грецький культурно-мовний простір.

Система авторських інтенцій М. Карагачиса знаходить опертя в естетичних і ідеологічних домінантах, які характеризують в цілому мовотворчість грецьких тридцятників, зорієнтовану на розбудову духовних мостів між ворожо налаштованим до Європи і модерністськими культурно-естетичними парадигмами, грецьким загалом і зовнішнім світом. Вона підпадає під характеристику Д. Дзйоваса щодо об'єднаної ідеї нової "творчої грецькості" (нгр. *ελληνικότητα δημιουργική*) поміж митців покоління тридцятих, яка посприяла виникненню певних етнокультурних цінностей і їх закріпленню за тим чи іншим словом і забезпечила зв'язок минулого і сьогодення, а також двосторонній зв'язок з Європою [Τζιόβας 2011, 16].

Грецькість Карагачиса виявляє себе у метафорично-образній організації, яка розбудовується навколо етнологічно-вагомих змістових компонентів, в тому числі регіонального плану; у розгалуженому використанні територіальної і соціальної діалектної лексики, граматичних утворень і фразеологічних одиниць; вписуванні у текстову тканину етнографізмів, які взаємодіють із нейтральною лексикою, котра за їх допомогою набуває рис національної; поширеному використанні архаїчної та катаревусної лексики і конструкцій, а також у притаманній грецькій мові лексикалізації і ідіоматизації.

Метафорично-образна організація мовного простору грецького художника слова не є прозорою і потребує наскрізного декодування на тлі суцільного ідіомовного доробку письменника, який обіймає 20 романів (*Ο συνταγματάρχης Λιάπκιν*, 1933; *Χίμαира*, 1936; *Η Μεγάλη Χίμαира*, 1953; *Γιούγκερμαν*, 1938; *Τα στερνά του Γιούγκερμαν*, 1940; *Λειτουργία σε λα ύφεις*, 1943; *Νυχτερινή ιστορία*, 1943; *Το χαμένο νησί*, 1943; *Ο κοτζάμπασης του Καστρόπυργου*, 1944; *Ο μέγας ύπνος*, 1946; *Ένας χαμένος κόσμος*, 1946; *Αίμα χαμένο και κερδισμένο*, 1947; *Τα στερνά του Μίχαλου*, 1949; *Άμρι α Μούγκου (Στο χέρι του Θεού)*, 1954; *Ο θάνατος κι ο Θόδωρος*, 1954; *Ο κίτρινος φάκελος (Α' και Β')*, 1956; *Το Μυθιστόρημα των Τεσσάρων, μαζί με τους Ηλ.Βενέζη, Αγγ.*

Τερζάκη, Στ. Μυριβήλη, 1958; Σέργιος και Βάκχος (Α' και Β'), 1959; Το 10 (ημιτελές), 1964; Η θαυμαστή ιστορία των αγίων Σέργιου και Βάκχου, 1959), 11 збірок прозових оповідань (Το συναξάρι των αμαρτωλών, 1935; Η λιτανεία των ασεβών, 1940; Νυχτερινή ιστορία, 1943; Το μπουρίνι, 1943; Πυρετός 1945; Το νερό της βροχής, 1950; Το μεγάλο συναξάρι, 1951; Η μεγάλη λιτανεία, 1956; Νεανικά διηγήματα, 1993; Ιστορίες αμαρτίας και αγιοσύνης, 2000; "Η κυρία Νίτσα", 1927), драматургію, критику і публіцистику.

Повторювані метафоричні образи на рівні частини твору, твору, ансамблю творів формують наскрізні інтертекстуальні зв'язки в межах ідіомовного доробку митця слова і цементують тестовий загал у вигляді культурно-мовного світу з значними потенціями лінгвокультурного впливу. Найпотужнішою метафорою є персоніфікація навколишнього світу, яка наслідує грецькому архетипному мітологічному мисленню й корелює з описуваними подіями, настроєм героїв, інтенціями автора. У матеріалі дослідження виявлено всього понад 500 повторюваних метафоричних образів, які закріплені за певними фактами описуваної дійсності. Так, факт вбивства може корелювати з наскрізною низкою метафоричних образів, що ґрунтуються на кровопролитті: *μάτωσε ο κώνος του Κισσάβου; το αίμα του βουνού χύθηκε από τους κώνους στα ρίζα; το φεγγάρι πρόβαλλε ολοπόρφυρο, χύνοντας τα αίματα παντού*; гріх перелюбства на метафоричним переосмисленні образу ручної прядки *το τσικρίκι* на підставі звукових й візуальних асоціацій; безгрішність і чистота – кристалю *αέρινο κρύσταλλο* тощо.

У мовосвіті Карагациса широко присутня територіальна і соціальна діалектна лексика, граматичні утворення й фразеологічні одиниці. Авторська оповідь, у створенні якої він послуговується здебільшого унормованою грецькою димотикою, слугує підґрунтям для розмовної поліфонії його персонажів. Численні діалектизми, які він здебільшого транскрибує у тексті, відтворюючи з максимальною точністю фонологічні особливості, слугують потужними чинниками впливу на адресатів тексту із спільними з автором пресупозиціями (здатних розрізняти мовні варіанти за територіальною приналежністю) і стимулюють по-

шук адресатів, в яких такі спільні пресупозиції є відсутніми. Так, відтворюючи знайомим йому фесалійський діалект, М. Карагацис графічно позначає випадіння голосних у слові або фразі, характерне цьому мовному варіанту: *ταίπ'ρο, π'δι, θέλ'τι, πιν'ς, σωθ'κά'ς, ταίπουρο, παιδί, θέλετε, πίνεις, σωθικά σου*; перехід голосного [i] в [e] *ιγώ, ιδώ ιβδομινταπινταρ'ς, δάσκαλι – εγώ, εδώ, εβδομινταπεντάρης, δάσκαλε*; [o] в [u] *απού, πίνου, χρωνών, – από, πίνω, χρονών*; протезу голосного [i], що передує голосному [e] *ιένα – ένα* та протезу голосного [e] поміж приголосними *να σας επάω – να σας πάω*; вдається до характерних обраному діалектові граматичних форм, як от основ аористу з характерним кінцевим приголосним [ks] замість унормованого [s] *να συντήξου – να συζητήσω*; ословлює ідіоматичні вислови з відповідною фонетичною точністю *μινιά χούφτα κόκαλα είν' – μια χούφτα κόκαλα είναι* (відпов. укр. *худий як скіпка*), *κρύου κηρός για δύο – κρύο καιρός για δύο* (відпов. укр. *у холод краще грітися удвох*), *ραμμένον του στόμα τ'ς – ραμμένο το στόμα της* (відпов. укр. *замазати рота*). Діалектні елементи, вписані у загалом унормований текст, набувають загальнокультурного рівня впливу, інтегруючи етновагомі елементи у загальний культурно-мовний простір і виконують додаткову функцію просторового і часового маркування.

Схожі текстотворчі функції виконують **соціолектні елементи**, найбільш репрезентативими з яких у мовосвіті Карагациса є атенське й пірейське арго, а також послуговування архаїчними і катаревусними мовними засобами, які у свою чергу маркують вікову категорію мовців й професійну належність. Звертає на себе увагу доведене до крайньої міри вияву використання книжної лексики представниками нової генерації освічених людей, яку Карагацис вербалізує умовними гіперонімом "*νέοι*" (укр. *молоді, нові*) в опозиції до гіпероніму "*παλιοί*" (укр. *старі*). На цю базову вікову ознаку зазвичай нашаровується також ознака соціальної належності. У будь-якій текстовій єдності ключові слова "*παλιοί*" та "*νέοι*" використовуються в комбінації з соціальними маркерами. "*Παλιοί*" завжди співвіднесені з лінгвокультурним концептом ΕΞΟΥΣΙΑ (укр. *влада*), яку у вербалізованій Карагацисом суспільній ієрархії втілюють етноспецифічні образи-символи

πρόεδρος (πρόεδρος της κοινότητας, κομμάτάρχης, δήμαρχος – укр. голова), *άρχοντας* (ο πολύ πλούσιος, μεγάλος νοικοκύρης укр. госпо-дар, газда), *ΠΑΠΑΣ* (ιερέας – укр. священик). "Νέοι" корелюють з лінгвокультурним концептом ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ (укр. повстання) й вербалізуються у суспільній ієрархії етноспецифічними образами-символами *δάσκαλος*, *γιατρός*, *έμπορος*, *δίκηγόρος-δικαστής*, *αστυνόμος* (укр. вчитель, лікар, торговець, адвокат-суддя, поліцейський). Зіставимо пересипане катаревусними й застарілими словами і конструкціями мовлення персонажа із характеристиками *νέος-δάσκαλος* з внутрішньомовним нейтральним перекладом: *Είναι τέιον. Παράγεται εν Κεϋλάνη. Λιαν εύγευστων και εύοσμον. Έχει ιδιότηας θερμαντικός και διεγερτηκάς των νεύρων. Πινόμενον μετ'αγνου αποστάγματος οίνου κατά τας ψυχράς του χειμώνος ημέρας – Είναι τσάι. Παράγεται στη Σρι Λάνκα. Πολύ νόστιμο και αρωματικό. Έχει θερμαντικές και διεγερτικές ιδιότητες. Το πίνουν με το κονιάκ στις ψυχρές χειμωνιάτικές μέρες* (укр. Це чай. Його виробляють на Шрі Ланці. Дуже смачний й запашний. Зі-гріває і збуджує. Його п'ють із коньяком холодними зимовим днями.) Таке свідоме ускладнення структури висловлення, під час якого увага зосереджується більшою мірою на мовній формі, ніж на змістовій, є виразним виявом функції впливу. Використанню лексеми *το τέιον*, запозиченої з англійської мови, яка належить шару книжної лексики (λόγιες λέξεις) і відповідає загальноживаній лексемі *το τσάι*, передує експресивно-забарвлене діалектне сполучення *του кіτρινου ζ'μι* (*το кітрينو ζουμί* – укр. жовта рідина) на позначення одного й того поняття, ословлена мовцем із соціовіковими характеристиками *παλιός-πρόεδρος*.

Мовні засоби на позначення одного поняття *του кітρινου ζ'μι* – *το τσάι* – *το τέιον* з різними функціонально-стилістичними характеристиками певною мірою ілюструють основні авторські інтенції М. Карагачиса щодо розвитку грецького мовно-культурного простору, а саме досягнення у межах літературної норми рівноваги між катаревусою і димотикою на тлі збагачення мовно-стильових форм, у тому числі під впливом іншомовних та іншокультурних компонентів.

Водночас, письменник прагне до акумулювання і збереження мовної поліфонії у площині художнього слова, деформує притаманні словам лексико-фразеологічні й морфо-синтаксичні зв'язки, вдається до функціонально-стилістичної переорієнтації їхнього використання у мовленні, активуючи таким чином функцію впливу, яка уможливорює актуалізацію потенційних властивостей мовних одиниць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тищенко К. М. Основи мовознавства : системний підручник / Костянтин Тищенко; КНУТШ. – Київ : Київський університет, 2007. – 304 с.
2. Липгарт А. А. Основи лингвопоэтики./ Андрей Александрович Липгарт. – М.:Книжный дом "Либроком", 2013. – 168 с.
3. Jakobson R. "Linguistics and Poetics", in T. Sebeok, ed., *Style in Language*, Cambridge, MA : M.I.T. Press, 1960, pp. 350–377.
4. Μ. Καραγάτσης Ιστορίες αμαρτίας και αγιοσύνης / Δημήτρης Ροδόπουλος. – Αθήνα: Εστία, 2000. – 475 σ.
5. Τζιόβας Δ. Ο μύθος της γενιάς του τριάντα, νεωτερικότητα, ελληνικότητα και πολιτισμική ιδεολογία / Δημήτρης Τζιόβας. – Αθήνα: εκδ. Πόλις, 2011. – σελίδες 589.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

В. Н. Челпан, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Динамика лингвокультурного влияния в языковом мире Мити Карагациса

В статье рассмотрены в лингвистическом плане текстообразующие функции лингвокультурных компонентов, которые активизируют функцию лингвокультурного влияния идиомязыкового наследия одного из выдающихся новаторов так называемого поколения тридцатых в современной греческой литературе Мити Карагациса, особенности метафорично-образной организации текстового целого, которая строится на основе этнозначимых элементов, в том числе регионального плана; широкое использование территориальной и социальной диалектной лексики, грамматических конструкций, фразеологических единиц, вписывание в текстовую ткань этнографизмов, которые при взаимодействии с нейтральной лексикой придают ей черты этнозначимой, широкое использование архаичной и кафаревусной лексики и конструкций.

Ключевые слова: лингвокультурный компонент, текстообразующие функции, лингвокультурное воздействие, идиомязыковое наследие.

Dynamics of Linguocultural Impact in the Language World of M. Karagatsis

The article focuses on text-building functions of linguocultural components, which activate the textual function of linguocultural impact in the language world of M. Karagatsis, the Modern Greek innovative writer, representing the so-called 30s Generation. The special emphasis is laid on the metaphoric text-formation peculiarities, based upon the ethnically important components, including those of the regional character; the widespread usage of dialect and sociolect elements, archaic and katharevousa lexicon and structures, including grammatical variations and set phrases; ethnographisms in their correlation with neutral lexicon, in the result of which it takes up the ethnically-marked features.

Keywords: linguocultural component, text-building functions, linguocultural impact, idiolect heritage.

УДК 821.14

Н. А. Черненко, асп.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ ПОНЯТТЯ ДОБРОЧЕСНІСТЬ В ПРОСТОРІ ДАВНЬОРИМСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ

У дослідженні розглянуто особливості вербалізації латинського концепту VIRTUS як етноспецифічної іпостасі гіперконцепту ДОБРОЧЕСНІСТЬ, котрі репрезентують детермінованість його семантики загальним культурно-історичним контекстом римської державності. Значущість virtus як доблесті в контексті становлення і розвитку Риму зумовила потенціал номена virtus для втілення багатопланового морального ідеалу – доброчесності. Ядерна зона концепту демонструє двоплановість вияву virtus як доблесті і як доброчесності, до приядерної належать субконцепти, котрі уточнюють зв'язки virtus та суспільно-релігійної сфери. На периферії знаходяться семи "сила", "цінність", "жіноча чеснота".

Ключові слова: концепт, мораль, доброчесність, культура, світогляд, вербалізація.

Мораль у її мовному втіленні займає ключові позиції в світоглядній системі мовця, адже "наше використання мови моралі,

яке спрямовує моральний роздум, здатність визначати в термінах моралі наші стосунки з іншими людьми, займає центральне місце в наших поглядах про самих себе..." [Макинтайр 2000, 7]. Протягом останніх десятиріч у руслі лінгвокультурології вітчизняні та зарубіжні мовознавці здійснили низку досліджень концептосфери сучасних мов. Як предмет аналізу, в окрему групу виокремлюються телеономні концепти, тобто концепти, пов'язані з вищими вимірами життя: ЩАСТЯ, СВОБОДА, СПРАВЕДЛИВІСТЬ, ДУША та інші (А. Вежбицька, С.Г. Воркачов, І.О. Голубовська, В.І. Карасик, В.А. Маслова, Ю.С. Степанов). Телеономні концепти складають базис морального світогляду, втілюючи ті духовні цінності, прагнення до яких постає сенсом життя особистості.

На сучасному, постмодерному етапі розвитку цивілізації ідея доброчесності, хоча й не зникає з мовної картини світу, однак усе ж зазнає значного нівелювання. За нашими спостереженнями, вербалізація сфери морального набула дещо редукованої форми, зазнавши значного спрощення, а подекуди й зниження своєї аксіологічності. "Насправді у нас є лише видимість моралі, і ми продовжуємо використовувати багато з ключових її формулювань. Однак ми втратили – якщо не цілком, то здебільшого – розуміння моралі як теоретичне, так і практичне" [Макинтайр 2000, 7]. Погоджуючись із думкою американського філософа А. Макінтайра про необхідність переосмислення моральної проблематики, ми переконані, що мова моралі потребує нового дослідження як із погляду філософії, так і лінгвістики.

Аналіз вербалізації моральних категорій на зразок доброчесності є **актуальним** і для мовознавців, і для філософів та культурологів, оскільки дозволяє краще осмислити духовні надбання певної культури, наблизитися до розуміння духу і ментальності народу через його мову. Актуальність дослідження концепту VIRTUS зумовлена, передусім, його значенням для формування європейської етико-філософської думки, адже поняття *virtus*, певним чином трансформувавшись, стало спільним фундаментом морального світогляду для народів європейського культурного простору.

Розглядаючи концепт як ціннісну іпостась культури, закарбовану засобами певної мови, ми прагнемо дослідити істотні

особливості мовної маніфестації концепту ДОБРОЧЕСНІСТЬ у просторі лінгвокультури Давнього Риму. Відтак, **предметом** даного дослідження є лексико-семантичні особливості вербалізації концепту VIRTUS в латинській мові, **об'єктом** – концепт ДОБРОЧЕСНІСТЬ як категорія моралі, вербалізований у просторі давньоримської лінгвокультури.

Використовуючи в якості засадничого принцип етичного релятивізму, котрий "заперечує абсолютний характер, тобто всезагальність і примусовість моралі, наголошуючи на умовності та ситуативності моральних норм" [НФЭ 2010, с.442], – а тому при дослідженні феноменів моралі слід враховувати загальний соціальний контекст і норми певного суспільства, – ми **маємо на меті** за допомогою емпіричного аналізу концепту VIRTUS простежити особливості його аксіологічної наповненості та світоглядні характеристики, котрі вказують на риси соціокультурної детермінованості virtus як світоглядно-моральної категорії.

Матеріал статті складають твори римської літератури, найбільш показові для аналізу концепту VIRTUS як феномену моралі, детермінованого соціальними, культурними та політичними аспектами життя римської держави. Такими є епос *"Енеїда"* Вергілія, *"Історія від заснування міста"* Тіта Лівія, *"Подвиги"* Амміана Марцеліна, твори філософського спрямування *"Тускуланські бесіди"*, *"Парадокси стоїків"* Цицерона, *"Моральні листи до Луцилія"* Сенеки.

Наукова новизна статті визначається застосуванням концептуального аналізу до дослідження феномену virtus як морального поняття.

На нашу думку, лінгвокультурологічний підхід до дослідження феномену доброчесності є цілком виправданим із позиції морального та соціокультурного релятивізму, адже передбачає залучення екстралінгвістичних даних, що зберігає зв'язок цього поняття із загальним історико-культурним контекстом епохи. За допомогою власне лінгвістичних методів і прийомів доброчесність можна представити не лише як конструкт наукової картини світу, а й як дзеркало буденних наївних уявлень мовців у рамках мовної картини світу, адже мова фіксує в семан-

тиці мовного знака не лише найбільш суттєве, а й найтонші, часто приховані смисли, аналіз котрих наближує дослідника до розуміння специфіки певної лінгвокультурної спільноти.

Постаючи втіленням гіперконцепту ДОБРОЧЕСНІСТЬ на давньоримському ґрунті, VIRTUS є багатомірним культурним концептом, котрий яскраво виявляє свою специфіку в просторі латинської мови. На особливу увагу заслуговує явище внутрішньої полісемії номена *virtus*, що детермінує особливості вербалізації концепту ДОБРОЧЕСНІСТЬ на латинськомовному ґрунті. Ця полісемія створює складнощі для перекладу *virtus*, особливо в тому випадку, коли дослідник не може знайти надійну опору в контексті. Відтак, можливе паралельне тлумачення значення *virtus* як доблесті, певної чесноти, або ж як доброчесності. На нашу думку, таке становище зумовлене, насамперед, дихотомією ядерної семантики концепту VIRTUS як доблесті і як власне моральної категорії доброчесності. Тому при тлумаченні *virtus* вважаємо за необхідне враховувати як сам контекст, те мовне тло, на якому вимальовується *virtus*, так і культурно-історичне середовище певного писемного джерела. Спираючись на вже існуючі методики опису структури концепту, ми вважаємо релевантним виокремити ядерну, приядерну та периферійну зони.

Семантичний обшир концепту VIRTUS формується у двох основних векторах: через етимологічно мотивовані значення, а також ті іпостасі *virtus*, котрі визначають її аксіологічну наповненість у якості моральної категорії, осмисленої в руслі стоїчної філософії.

Virtus як номен із досить прозорою внутрішньою формою демонструє міцний етимологічний зв'язок із *vir* – муж, воїн. Як показує аналіз вербалізації концепту VIRTUS у творах римської літератури, в центрі ядерної зони концепту знаходяться такі значення *virtus*, як доблесть, відвага, мужність, витривалість – риси, притаманні чоловікові-воїну. Архетипова сема "доблесть", "сміливість" є визначальною в семантиці *virtus*, і такі значення *virtus* фіксують писемні джерела усіх періодів існування Риму як держави. Це не викликає подиву, адже Рим, по-перше, був суто патріархальним суспільством, в якому провідні соціальні позиції займали чоловіки, а по-друге, саме воїнська відвага була надій-

ною опорою для розвитку римської держави. Йдеться, передусім, про наскрізний мілітаристський характер державного устрою Риму. Окрім того, "зв'язок між формою державної влади і статусом чоловіка був тіснішим і більш глибоким у Римі порівняно з іншими суспільствами, тому що в Римі служити Республіці було єдиним способом, за допомогою якого багато римлян могли ствердитися як чоловіки" [McDonnell 2006, с.11]. Відтак, професійні риси того чи іншого політичного діяча завжди розглядалися у нерозривному зв'язку з його моральними характеристиками. Тому "всі моральні категорії та поняття – "політизовані", а будь-яка політична акція потребує моральної апробації всього колективу [Утченко 1977, с. 65]. Відтак, *virtus* осмислювалася як позитивна риса саме завдяки схваленню полісної общини. Від самого початку *virtus* була засобом для досягнення визнання і суспільного схвалення, без яких римський громадянин не міг розраховувати на успіх у суспільному житті.

Римські історіографи особливо наголошували на власне римському характері *virtus*, стверджуючи, що саме завдяки їй Рим досяг надзвичайних висот у творенні своєї держави. Так, у Амміана Марцеліна знаходимо: "*Tempore quo primis auspicii sin munda num fulgo rem surgeret victura dumerun thomines Roma, ut augetetur sublimibu sincrementis, foedere pacis aeternae Virtus convenitatque Fortuna plerumque dissidentes, quarum si altera defuisset, ad perfectam non venerat summitatem*" (Marcellinus, *Res Gestae*). – "Коли вперше з'являвся на світ Рим, якому судилося жити, поки буде існувати людство, для його звеличення заключили союз вічного миру Доблесть і Щастя, які зазвичай бувають розлучені, а якби хоча б однієї з них не було, то Рим не досяг би вершини своєї величі".

Саме *virtus* постає одним із засобів утвердження національного міфу про походження римлян і Риму як спадкоємців славетних троянців: "...sit Latium, sint Albani per saecula reges, sit Romana potens Italia virtute propago" (Vergilius, *Aeneid, liber XII*). – "Нехай буде Лацій завжди. І вихідці з Альби хай будуть царями навіки. Римський народ нехай буде могутній (сильний) італійською доблестю".

Варто наголосити на тому, що безумовна аксіологічність в осмисленні *virtus* уможливила подальший розвиток семантики концепту VIRTUS як ідеалу світоглядної системи Риму. Ядерна зона концепту VIRTUS містить, окрім гендерно забарвленого поняття доблесті, значення значно об'ємнішої за своїм змістом духовної іпостасі – власне доброчесності, моральної чесноти.

Семантична еволюція *virtus* у напрямку генералізації значення як доброчесності, моральної чесноти відбулася завдяки осмисленню цієї категорії в руслі стоїцизму. Цей процес співпав у часі з глибокою суспільно-політичною кризою в Римі на межі II-I ст. до н.е., причини якої полягали, передусім, в руйнації полісної системи управління і перетворенні Риму на величезну імперію. Власне, тоді на римському просторі поширюється вчення стоїків, котре "здавалося б, виникло саме для того, щоб виправдати сутність інтуїтивної моралі римлян", адже у ньому римляни вподобали верховенство тих чеснот, "які можна розвинути в діяльнісному житті: стриманості, мужності, справедливості, самоконтролю" [Грималь 2008, с. 106]. Показово, що римські мислителі причину суспільної кризи вбачали, насамперед, у занепаді моралі через втрату одного з основних моральних орієнтирів – звичаїв предків. Розвиваючи положення теорії занепаду моралі, філософи оспівують *virtus* у якості чи не найголовнішої духовної цінності, котра пов'язує римлян із їх славетним минулим. Осмислення сутності *virtus* постає наріжним каменем моральних міркувань Сенеки, Салюстія і Цицерона, адже саме виховання *virtus* – доброчесності, на їхню думку, може повернути колишню велич Риму.

Стоїчна філософія, а особливо її моральна складова, виявилася дієвим світоглядним орієнтиром для римлян. Стоїцизм як прикладна філософія гармонійно поєднався з особливостями національного характеру римлян, адже "до спекулятивної філософії жоден істинний римлянин почуватися схильним не міг. Його могла зацікавити лише філософія практичного спрямування..." [Фаминский 1906, с. 3].

Особливостями етичного вчення римського неостоїцизму, найяскравішим представником якого був Сенека, є надзвичай-

ний інтерес до питань етики, а також посилення релігійного світовідчуття, що надає стоїцизму нового духовного змісту. Твори неостойків сповнені численними роздумами та ідеями, співзвучними євангельським принципам [Антисери, Реале 2003, с. 297]. Не дивно, що багато християнських мислителів і церковних діячів вважали Сенеку, зокрема таємним християнином.

Морально-філософські міркування на римському ґрунті відображали загальний прагматичний характер ментальності римлян. Такі чесноти, як мужність, стриманість, поміркованість, знайшовши пояснення в стоїчній етиці, остаточно утвердилися в якості офіційного ідеологічного базису. Доброчесність для стоїків – це, передусім, вольове прагнення, а тому відповідальність за все, що відбувається в людському житті, стоїчне вчення цілком покладає на саму людину. Цілком у дусі стоїчної філософії Сенека стверджує, що *virtus* і природа пов'язані одна з одною: "...*non dediscitur virtus. Contraria enim male in alieno haerent, id eo de pelliet ex turba ripossunt; fideliter sedent quae in locum sum veniunt. Virtus secundum naturam est, vitia inimicaetin festasunt*" (Seneca, Epistulae morales ad Lucilium). – "Не можна розучитися доброчесності. Пороки, які їй протидіють, сидять у чужому ґрунті, тому їх можна винищити і викоренити; міцним є лише те, що на своєму місці. Доброчесність співмірна з природою, пороки їй ворожі та ненависні".

Припускаємо, що прагматизм як одна з визначальних характеристик римської ментальності, був одним із аспектів її загального раціоналістичного спрямування. Так, *virtus* імплікує раціональність у поведінці: "*Una virtus est consentiens cum ratione et perpetua constantia; nihil huc addi potest, quom agis virtus sit, nihil demi, ut virtutis nomen relinquatur*" (Cicero, *Paradoxa Stoicorum*). – "Одна лише доброчесність узгоджується з розумом і постійною стійкістю". Отже, це наближення свідчить про тісний зв'язок *virtus* з неафективною, інтелектуально-вольовою стороною поведінки римлянина, воїна, відображаючи свідоме спрямування індивіда діяти сміливо.

Важливо, що саме в філософських творах, написаних у руслі теорії занепаду моралі, поняття *virtus* як доброчесності або ж

окремої чесноти здобуває на синтагматичній осі стійке протиставлення з *vitium* – пороком морального характеру. У літературних творах більш ранніх періодів така бінарна опозиція *virtus/vitium* також зустрічалася, однак значення *vitium* як вади саме духовного, а не фізичного плану ще не набуло настільки яскравого вираження.

Мовна маніфестація концепту VIRTUS у творах видатних римських мислителів демонструє кардинальне семантичне зрушення в напрямку до перетворення *virtus* на категорію духовного характеру. Відтак, значення *доблесть* зміщується на периферію відносно *доброчесності, моральної чесноти*. У "Тускуланських бесідах" Цицерона знаходимо: "*Nos posito et verborum concertatione sublata tantum tamen excelle illud, quod recte amplexanturi sti, quod honestum, quod rectum, quod decorum appellamus, quod idem interdum virtutis nomine amplectimur, ut omnia praeterea, quae bona corporis et fortunae putantur, perexigua et minuta videantur, ne malum quidem ullum nec si in unum locum collata omnia sint, cum turpitudinis malo comparanda*". – "Якщо це визнати, а словесну гру відкинути, то залишиться одне: з повним правом ми об'єднуємо все моральне, пристойне, правильне, що між іншим ми називаємо доброчесністю, тоді як решта, що вважається тілесним благом і ганьбою, називаємо нісенітницею і дурницею". У філософсько-світоглядній концепції Цицерона осмислення сутності *virtus* відбувається в надзвичайно високому регістрі, адже *virtus* постає ознакою божественної сутності душі: "...*sic mentem hominis, quamvis eam non videas, ut deum non vides, tamen, ut deum adgnosces ex operibus eius, sic ex memoria rerum et inventione et celeritate motus omnique pulchritudine virtutis vim divinam mentis adgnosco*" (Cicero, *Tusculanae disputationes*). – "Так і дух людський: як Бога ти не бачиш, але впізнаєш Бога по його справах, так душу ти не бачиш, але за її пам'яттю, за винахідливістю, за швидкістю, за всією красою її доброчесності (*virtus*) не можна не визнати божественної суті душі". Концепт VIRTUS як складова моральних рефлексій Салюстія, Цицерона, Сенеки перетворюється на безперечну моральну іпостась телеономного характеру, прагнення до якої надає життю сенсу: "...*fac te ipse felicem; facies*

autem, si intellexeris bonaes se quibus admixta virtus est, turpia quibus malitia coniuncta est"(Seneca, *Epistulae morales ad Lucilium*). – "Зроби сам себе щасливим! Це тобі під силу, якщо зрозумієш одне: благо лише те, в чому присутня доброчесність, а те, що стосується зла, ганебне".

Як уже зазначалося, саме в кореляціях суспільно-політичної сфери та моралі виявляється неповторний характер римського світогляду. Відтак, давньоримські моральні категорії мають розглядатися, зокрема, в їх стосунку до релігії і навпаки – дослідження давньоримської релігії не можна відокремити від моральної сфери.

Уже від самого виникнення римської держави давньоримська релігія мала виразно прагматичний характер і була спрямована на утвердження зв'язку індивіда з традиціями предків, а також на виконання обов'язків, покладених на нього його суспільною роллю. На відміну від греків, римляни не прагнули до абстрактного метафізичного релігійного світосприйняття, радше навпаки – релігія була складовою їх щоденних клопотів і обов'язків. В основі римської релігії було обожнення знаменних моментів людського життя. Римські релігійні уявлення базувалися на тому, що для римлянина божество жило не в предметі, а в акті, дії [Золоева, Поръяз 2001, с. 346]. У реальному житті саме релігія була каталізатором дисципліни, елементом ієрархії [Грималь 2008, с. 98].

Зв'язок поколінь, героїзм і величні здобутки предків слугували одним із наріжних каменів ідеології Риму, базисом римського національного міфу. Саме колективний, общинний характер римської релігії, необхідність ідеологічної згуртованості громадян породжує таке явище, як обожнення чеснот. Оскільки римська релігія була невід'ємною складовою державного життя, не дивує, що в римському пантеоні з'явилися боги, що втілювали ті моральні цінності, котрі слугували основою ідеології римської громадянської общини: *Concordia*, *Fides*, *Virtus*, *Honos*, *Clementia* [Утченко 1977, с.69]. І це обожнення чеснот громадянської полісної общини є суто римським релігійним феноменом, не характерним для інших культур.

Virtus, будучи одночасно синкретичною категорією релігії, політики та моралі, увиразнює характер їх взаємопроникнення та взаємовпливу. Семантика *virtus* демонструє соціокультурну дете-

рміюваність моральної та релігійної сфер. Саме ті риси, котрі були необхідні для існування і процвітання держави, вважалися власне моральними та ставали частиною релігійного культу.

Аналіз вербалізації концепту VIRTUS доводить, що приядерну зону складають ті субконцепти, котрі детермінують місце *virtus* у системі релігійних вірувань та ідеології осмислюються як головні чесноти – складові *virtus*. Такими є, передусім, *pietas* – благочестя, *fides* – віра, чесність, *honos* – честь, визнання, *gravitas* – суворість, велич, *concordia* – згода, однастайність. Зупинимося на стислій характеристиці двох визначальних релігійних понять – *fides* і *pietas*. Щодо місця *fides* у системі римської релігії, слід зазначити, що *fides* розуміли як один із найважливіших проявів *pietas* – благочестя. Поняття *pietas* втілювало відношення, яке полягало в тому, щоб ретельно дотримуватися не лише обрядів, але й стосунків, які склалися між людьми всередині всесвіту [Грималь 2008, с. 101].

Виходячи з положення про те, що *pietas* як благочестя передбачала шанування ієрархічного порядку як серед людей, так і божеств, то *fides* як складова *pietas* накладала зобов'язання щодо дотримання своїх обов'язків перед іншими членами спільноти. Отже, якщо римлянин був благочестивим, тобто шанував *pietas*, то він, передусім, був вірними – вірним своїм обов'язкам і як член сім'ї, і як громадянин.

Fides гарантує стосунки між людьми за контрактами і договорами. Більше того, *Fides* регулює відносини між людьми за контрактом, встановленим звичаєм, між громадянами. Отже, стає зрозумілим, чому поняття *Fides* стало однією з основних чеснот римської моралі. Саме *Fides* гарантувала тому, хто зазнав поразки в бою, життя, коли він визнавав себе переможеним і звертався з благанням до *fides* свого переможця. Таким чином, *Fides* ставила закон милосердя вище за закон насильства, визнавала право всіх людей жити "з добрими намірами", навіть якщо вони зазнавали поразки на війні. Відповідно, уявлення про *fides* трансформується, перетворившись з поняття, яке втілювало прагматичні потреби в дотриманні порядку і добросовісності в сфері суспільного та юридичного життя, до своєрідного втілення благородства римлянина, *fides* стає синонімом милості, милосердя.

Щодо характеру взаємозв'язку між поняттями *virtus*, *fides* та *pietas* слід зауважити, що зазвичай у контекстах вони постають в якості одиниць одного змістового ряду – ціннісних характеристик, чеснот римського громадянина. Також характерним є вживання *fides* і *pietas* у якості гіпонімів номена *virtus*.

До близької периферії концепту VIRTUS належать семи, котрі детермінують *virtus* в його значеннях *сили*, *довершеності*, *цінності* певного об'єкта живої чи неживої природи [Lewis, Short 1891, с. 1997]. Характерним є те, що саме такі значення стали категоріальними при вербалізації ідеї доброчесності в англійській і частково французькій мовах. "*Pacere integrata Romani novam infemina virtutem novo genere honoris, statuae questri, donavere; in summa Sacra via fuit posita virgo insidens equo*" (Livius, Ab urbe condita). – "Після встановлення миру небувала жіноча відвага прославлена була небувалою почесною – кінною статуєю: в кінці Священної вулиці спорудили зображення діви, яка сидить на коні". З цього приводу слід зазначити, що пріоритетно чоловічий, "маскулінний" характер значення *virtus* був визначальним саме за часів античного Риму, однак із появою християнства цей зв'язок номена *virtus* із його внутрішньою формою [*vir*] був фактично втрачений.

Отже, особливості семантичної наповненості концепту VIRTUS демонструють визначальні характеристики давньоримського світоглядного простору – взаємопроникнення і взаємовплив усіх сфер життя суспільства, підкорення інтересів індивіда пріоритетам держави та прагматизм як одну з основних ментальних рис. Здійснений аналіз підтверджує, що значущість *virtus* для римлян була абсолютною, оскільки жодна інша світоглядна категорія не набула для римського суспільства такої ціннісної наповненості. Упродовж усієї римської історії *virtus* поставала не тільки духовним символом державності та її опорою, а й чеснотою індивідуального характеру, яка вказувала індивіду на його громадянський і особистісний моральний обов'язок. Осмислення сутності *virtus* у філософському дискурсі має виняткове значення для культурного простору Європи, адже саме в римській античності були закладені основи ідеї доброчесності, котрі спрямовували розвиток моральної теорії впродовж наступних століть.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Антисери Д. и Реале Дж.* Западная философия от истоков до наших дней. Античность и Средневековье (1-2) / В пер. и под. ред. С. А. Мальцевой, С-Петербург 2003, 688 с.
2. *Грималь П.* Цивилизация Древнего Рима, пер.с франц. И. Эльфонд, Москва 2008, 512 с.
3. *Золоева Л., Поръяз А.* Мировая культура: Древняя Греция. Древний Рим, Москва 2001, 447 с.
4. *Макинтайр А.* После добродетели: Исследования теории морали / Пер. с англ. В.В. Целищева, Москва 2000, 384 с.
5. Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Ин-т философии РАН, Москва 2010, 696 с.
6. *Утченко С. Л.* Политические учения Древнего Рима III-I вв. до н. э., Москва 1977, 257 с.
7. *Фаминский В.* Религиозно-нравственные воззрения Л. Аннея Сенеки (философа) и отношение их к христианству, Киев 1906, 479 с.
8. *Ammianus Marcellinus.* Res gestae a fine Comeli Taciti, <http://www.thelatinlibrary.com/ammianus.html>
9. *Cicero.* Paradoxa Stoicorum, <http://www.thelatinlibrary.com/cicero.paradoxa.shtml>
10. *Cicero.* Tusculanae disputationes, <http://www.thelatinlibrary.com/cicero.tusc.shtml>
11. *Lewis T., Short C.* A new Latin Dictionary, New York 1891, 2033 p.
12. *Livius T.* Ab Urbe condita libri, <http://www.thelatinlibrary.com/livy/liv.shtml>
13. *Myles McDonnell.* Roman manliness. Virtus and the Roman Republic, New York 2006, 509 p.
14. Oxford Latin Dictionary, Oxford 1968, 2151 p.
15. *SenecaL. Annaeus.* Epistulae morales ad Lucilium, <http://www.thelatinlibrary.com/sen/seneca.ep.shtml>
16. *Vergilius Maro P.* Aeneid, <http://www.thelatinlibrary.com/verg/aen.shtml>

Стаття надійшла до редакції 20.04.15

Н. А. Черненко, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Влияние общественно-философских идей на концептуализацию понятия добродетели в пространстве древнеримской лингвокультуры

В исследовании осуществлен анализ особенностей вербализации концепта VIRTUS, рассматриваемого в качестве ипостаси гиперконцепта ДОБРОДЕТЕЛЬ, представляющих черты культурно-исторического влияния на развитие его семантики. Ценностная значимость virtus в контексте формирования и развития Рима стала определяющим фактором семантической эволюции virtus в направлении средства обозначения нравственного феномена добродетели. Ядерная зона концепта демонстрирует двуплановость семантики virtus как доблести и собственно добродетели. Околяядерная зона содержит субконцеп-

пти, определяющие связи *virtus* и общественно-религиозной сферы. Периферию концепта составляют семы "сила", "ценность", "женская доблесть".

Ключевые слова: концепт, мораль, добродетель, культура, мировоззрение, вербализация.

N. Chernenko, PhD Student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The social and philosophic impact on the virtue conceptualization in the ancient Rome culture by means of Latin language

Concept VIRTUS represents the peculiarities of moral conceptualization by means of Latin language. The semantics evolution of VIRTUS concept had been influenced by the specific cultural, religious and social circumstances of ancient Rome. Thanks to its great moral value as men courage, virtue subsequently transformed into fundamental moral category – virtue. This semantic transformation confirms the uniqueness of VIRTUS concept. The central semantic area of VIRTUS concept contains two main meanings – courage and moral virtue. Subconcepts FIDES, PIETAS are located in the semantics area near the central one. Such meanings as "power", "meritoriousness", "quality" compose the peripheral part of the VIRTUS concept.

Keywords: concept, morality, virtue, semantics, ethics, culture.

УДК: 8 (81.371)

А. О. Черніченко, студ.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

МАНІФЕСТАЦІЯ СИМВОЛУ *MARY MAGDALENE* У СТРУКТУРІ ХУДОЖНЬОГО КОНЦЕПТУ *RELIGION* В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (на матеріалі твору Дена Брауна "The da Vinci Code")

*У статті проаналізовано структуру концепту RELIGION в англійській мові на матеріалі твору "The da Vinci Code" Д. Брауна. Визначено формалізовану модель фрейму RELIGION, яка складається з чотирьох компонентів, що акумулюють релігійні знання, сформовані у свідомості людини. Досліджено маніфестацію стрижневого символу художнього концепту, *Mary Magdalene*, що відіграє провідну роль у поєднанні структурних компонентів досліджуваного концепту.*

Ключові слова: концепт, фрейм, ментальний лексикон, імпліцитна маніфестація

Релігія є духовним феноменом, що виражає віру людини в надприродне начало – джерело буття всього існуючого, яке є для неї засобом спілкування з ним, входження в його світ. Якщо людина повністю засвоює все, що пропонує їй релігія, починає втілювати набуте у життя, то реалізація себе у соціальних інституціях суспільства отримує релігійне забарвлення. Ми не можемо трактувати релігію спрощено, оскільки форми суспільної свідомості є суттєвим компонентом духовної культури [7].

Метою пропонованого аналізу є дослідження символу *Mary Magdalene* у художньому концепті *RELIGION* в англійській мові на матеріалі твору Дена Брауна *"The da Vinci Code"*.

Для досягнення поставленої мети вбачаємо за необхідне вирішення таких **завдань**:

- визначити провідні властивості та ознаки художніх концептів;
- встановити концептуальну структуру *RELIGION* в англійській мові;
- визначити зв'язки структурних компонентів концепту *RELIGION*;
- розглянути символ *Mary Magdalene* як один із компонентів комплексу ірраціонального, що міститься у структурі концепту *RELIGION*.

Об'єктом пропонованого дослідження є художній концепт *RELIGION* в англійській мові як складна система понять, що акумулює знання різних груп людей про релігію. **Предметом** дослідження є вербальна маніфестація провідного символу ідеї релігії *Mary Magdalene* у художньому концепті *RELIGION* в англійській мові (на матеріалі твору Дена Брауна *"The da Vinci Code"*).

Поняття *RELIGION* є дискретною одиницею колективної свідомості носіїв англійської мови про духовну культуру людини [2, с. 95]. Отже, спираючись на твердження, що поняття знаходять репрезентацію в ментальному лексиконі й відбиваються у значенні слова, робимо припущення про маніфестацію поняття релігії в концепті *RELIGION* [4, с. 316].

Таким чином у творі *"The da Vinci Code"* Дена Брауна поняття *RELIGION* представлене як компонент форми людської свідомості, який розкривається автором за допомогою лексичних

засобів, що вербалізують різнобічне уявлення носіїв англійської мови про релігійну картину світу. У ході дослідження визначаємо, що формалізована модель поняття *RELIGION* у творі Дена Брауна представлена відповідним фреймом, який містить 4 слоти на позначення розуміння поняття релігії представниками:

- 1) суспільної більшості (**Average people**);
- 2) особами, задіяними в релігійній справі (**Men of God**);
- 3) людьми, що займаються детальним дослідженням релігії та її таємниць (**Interested people**);
- 4) колом утаємничених осіб, завданням яких є оберігати істину від впливу служителів церкви (**Secret society**).

Досліджуваний концепт психологічно складний і вільний від рамок логічного визначення. Він являє собою комплекс ірраціонального, вираженого через символи, які мають внутрішній зв'язок зі своїми значеннями. Такий зв'язок є підтвердженням того, що концепт *RELIGION* тяжіє до потенційних образів і скерований на них. Аналізуючи досліджуваний концепт приходимо до думки, що основним символом у творі Дена Брауна "The da Vinci Code" є образ Марії Магдалини, який відображає сприйняття та усвідомлення релігії різними людьми у задумі автора твору (див. рис.1). Спостерігаємо, що зі зміною оточення, в якому реалізується символ Марії Магдалини, поглиблюється його розуміння.

Фрейм Religion					
Слот Average people	Слот Men of God	Слот Interested people		Слот Secret society	
Підслот Mary Magdalene		Підслот Jesus Christ	Підслот Christian Symbology	Підслот Priory of Sion	Підслот Mary Magdalene
Підслот Religion for multitude		Підслот Mary Magdalene			
Підслот Misconception		Підслот The Truth			

Рис. 1



Рис. 2

Враховуючи думку Ю.С. Степанова, який пропонує аналізувати концепт, шляхом розшарування його на активний шар; пасивний шар; та внутрішню форму концепту [8], вбачаємо можливим припустити, що оскільки символ *Mary Magdalene* у кожному компоненті концепту репрезентує окрема лексема або їх група, вважаємо, що автор зображує у романі сприйняття ідеї *RELIGION* виділеними групами людей у вигляді айсбергу (див. рис. 2).

Відповідно, якщо розглядати концепт *RELIGION*, у якому реалізується символ *Mary Magdalene* за методом, запропонованим В.І. Карасиком, можемо визначити, що до **активного шару** концепту *RELIGION* належить компонент *average people*. Наприклад, загальноприйнята думка про Марію Магдалину як про блудницю, знаходить відображення у дослідженому творі у лексичній одиниці *prostitute*: "*That, my dear,*" *Teabing replied, "is Mary Magdalene."* *Sophie turned. "The prostitute?"* [13, с. 205], що вказує на сприйняття образу Марії Магдалини суспільною більшістю (*average people*), яка володіє лише загальними знаннями в області релігії. Автор твору вказує на хибне тлумачення народом ества Марії Магдалини, і наголошує: "*Magdalene was no such thing. That unfortunate misconception is the legacy of a smear campaign launched by the early Church.*" [13, с. 205].

Пасивний шар концепту *RELIGION* представлений лексемами на позначення релігійних понять, відомих особам, задіяним у релігійній справі (*men of God*) і репрезентують уявлення про релігію, як рушійну силу усього людства, які здебільшого нав'язує церква. Для кола осіб, задіяних у церковній справі (*men of God*), Магдалина є містичною особою, на що вказує автор у творі: "*To this day, the troubadours sang songs extolling the virtues*

of "our Lady"—a *mysterious and beautiful woman to whom they pledged themselves forever*". [13, с. 328]. Беручи до уваги особливості погляду Дена Брауна на Марію Магдалину, та факти, наведені у творі, розуміємо, що автор показує: Марія дійсно становила для церкви велику загрозу, адже ця жінка, як довідуємося, мала продовжити царський рід, а саме — рід Ісуса Христа: "*The Church needed to defame Mary Magdalene in order to cover up her dangerous secret — her role as the Holy Grail*" [13, с. 205].

Компоненти концепту *interested people* та *secret society* складають **внутрішній шар** концепту *RELIGION*, оскільки об'єднують поняття, відомі спеціалістам і недоступні для розуміння суспільній більшості. Саме вони розкривають істинне значення досліджуваного символу.

Наприклад, у середовищі осіб, зацікавлених у дослідженні маловідомих аспектів релігії (*interested people*) ідею Марії Магдалини маніфестують лексичні одиниці: **Holy Grail, companion**. Ден Браун зазначає, що Святим Граалем (**Holy Grail**), тобто Чашею Христа, називали жінку, яка носила у своєму лоні прямого кровного нащадка Месії. Напр.: "*Mary Magdalene — the female womb that carried Jesus' royal bloodline*" [13, с. 210]. Концепція Дена Брауна переконує читача в тому, що Ісус не міг бути холостяком, оскільки був євреєм, тому судження автора на рахунок одруження Христа із Марією, представниці царського роду Вєніаміна, дійсно можна вважати достовірними та фактично підтвердженими. Автор у творі згадує також і про те, що ім'я Ісуса неодноразово зустрічається у контексті різних неканонічних праць поряд із ім'ям його супутниці. Ден Браун пояснює, що лексема **companion** у таких працях вживалася як повний синонім до *spouse*, тобто "дружина". Напр.: "*...the word companion, in those days, literally meant spouse*" [13, с. 207].

Найбільшу кількість лексичних засобів на позначення досліджуваного символу фіксуються в оточенні утаємничених у секрет особи Марії Магдалини (*secret society*). Наприклад: **the Goddess, Matrimonio, Royal Blood, our Lady, the Chalice, the Sangreal, the spouse, the wronged Queen**. Виокремлені лексичні одиниці вживаються на позначення псевдонімів Марії Магдалини. Напр.:

"*Sangreal... Sang Real... San Greal... Royal Blood... Holy Grail...*" [13, с. 213]. Автор зазначає, що підставою для великої кількості псевдонімів Магдалини є гоніння та переслідування, спричинені церквою: "*Because her name was forbidden by the Church, Mary Magdalene became secretly known by many pseudonyms—the Chalice, the Holy Grail, and the Rose*" [13, с. 214]. Ім'я Марії Магдалини заборонялося під прикриттям її вигаданої, як вказує автор, гріховності. Насправді церква приховувала під наклепами про блудницю особу, яка становила значно більшу загрозу. Розкриття таємниці Магдалини та Христа, за авторською концепцією, могло призвести до руйнування усталених релігійних уявлень суспільної більшості. Як відомо, наслідком цього став би вихід із-під контролю церкви усіх найважливіших механізмів життя людей. Таким чином, церква як особлива інстанція, що "транслює" віру і звертання людей до Господа втратила б свою вагу.

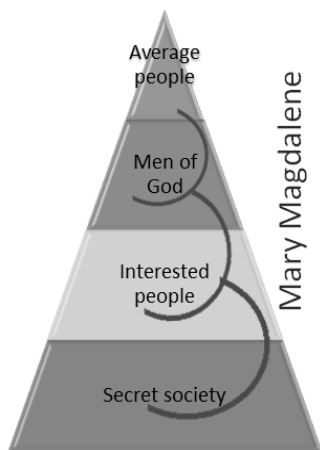


Рис. 3

Символ *Mary Magdalene* займає особливе місце у структурі художнього концепту *RELIGION*, оскільки автор наголошує, що таємниця Магдалини є таємницею усього твору, і виступає уявною спіраллю, яка поєднує головні чотири складові індивідуального концепту *RELIGION* Дена Брауна (див. рис. 3).

Оскільки концепт *RELIGION* є художнім, автор має право формувати його у власному творі, виходячи за межі традиційного розуміння понять. На прикладі вживання псевдонімів Марії Магдалини проілюстровано, як Ден Браун користується загальновідомими поняттями в новому переносному значенні. Наприклад, термін *Sangreal* на позначення традиційного релігійного терміну Чаша Христова позначає у творі приховане ім'я Магдалини, у розумінні утаємничених осіб.

Розглядаючи маніфестацію символу *Mary Magdalene* у досліджуваному творі, можемо зробити припущення про його імпліцитність. Символ *Mary Magdalene* справляє вплив на інтерпретації ідеї релігії людьми та відображення цього поняття у їх ментальному лексиконі. Якщо в активному шарі концепту функціонують лексеми, якими оперують суспільна більшість, то в пасивному містяться такі, які певним чином можуть пояснити причину виникнення подібних переконань. У такому випадку приховану форму концепту становлять лексеми, в яких реалізується істинне підґрунтя подібного упередження серед людей, які не задіяні в церковній справі і не цікавляться релігією заради задоволення естетичних інтересів. Крім того, як ми мали змогу переконатися, тут знаходимо відповідь на те, чому представники духовенства вважали за потрібне створити хибне уявлення про особу Марії Магдалини.

Опираючись на авторську концепцію презентації поняття релігії, розуміємо, що вагомим компонентом ідеї *RELIGION* є певна містичність і таємність яка втілюється в основному образі концепту, *Mary Magdalene*. У результаті проведеного дослідження приходимо до висновку, що маніфестація символу *Mary Magdalene* у творі Дена Брауна є імпліцитною, оскільки вона впливає на розуміння поняття релігії різними людьми, провокуючи певним чином на домислювання. Це і дає можливість виявити специфіку імпліцитного у символі.

Отримані результати дослідження, його основні положення та висновки сприяють систематизації знань ідеї *RELIGION* в англійській мові і роблять можливим подальше вивчення проблеми лінгвокогнітивного моделювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста [антология] – М., 1997. – С. 267–279.
2. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка: [монография] / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. – 104 с.
3. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов // Вісник Черкаського університету. – Сер. Філологічні науки. – 1999. – Вип. 11. – С. 12–25.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в осознании мира: [монография] / Е.С.Кубрякова. – М.: Язык славянской культуры, 2004. – 555 с.

5. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрат Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 245 с.
6. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / Валерия Андреевна Кухаренко – М. : Просвещение, 1988. – 188.
7. Лубський В. І., Бурлак С. М. Релігійознавство. [Електронний ресурс – <http://buklib.net/books/30055/>]
8. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: 3-е изд. – М. : Академический проект, 2004. С. 42–67.
9. Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения / Михаил Валентинович Никитин. – М.: Мысль, 1988. – 248 с.
10. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1988. – Вып. 23. – С. 52–92.
11. Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики: Енцикл. словник для фахівців. – К.: Артк, 1998. – 336 с.
12. <http://www.grinchuk.lviv.ua/referat/1/991.html>
13. Dan Brown. The da Vinci Code. [Електронний ресурс – <http://ua.bookfi.org/book/202485>]

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. О. Черниченко, студ.
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченка

**Манифестация символа Mary Magdalene в структуре
художественного концепта RELIGION в английском языке
(на материале романа Дэна Брауна "The da Vinci Code")**

*В статье проанализирована структура концепта RELIGION в английском языке на материале художественного произведения "The da Vinci Code" Д.Брауна. Определяется формализованная модель фрейма RELIGION, которая состоит из четырех компонентов, аккумулирующих религиозные знания, сформированные в сознании человека. Исследована манифестация главного символа художественного концепта, **Mary Magdalene**, что играет ведущую роль в сочетании структурных компонентов исследуемого концепта.*

Ключевые слова: концепт, фрейм, ментальный лексикон, имплицитная манифестация

А. Chernichenko, Student
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**The manifestation of the symbol
Mary Magdalene in the structure of the artistic concept RELIGION
in the english language (based on the novel
"The da Vinci Code" by Dan Brown)**

The paper analyses the structure of the concept RELIGION represented in the novel "The da Vinci Code" by Dan Brown and defines the formalized model of the

frame RELIGION, which consists of four constituents that accumulate religion knowledge in the human mind. It examines the manifestation of the symbol Mary Magdalene, a nuclear binding element of the artistic concept RELIGION.

Key words: concept, frame, mental lexicon, implicit manifestation

УДК 811.581: 81'37

С. О. Чижевська, асп.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ПОНЯТТЯ ПАРЕМІЙ У СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ: СУЮЙ ТА ЯНЬЮЙ

У статті розглянуто поняття паремій, прислів'їв та приказок, а також їх відмінності та ознаки. Коротко окреслено періодизацію дослідження ХХ ст. китайських прислів'їв та приказок. Здійснено аналіз таких понять як суюй та яньюй, що належать до сталих народних висловів, та визначено їх місце серед інших фразеологічних одиниць китайської мови.

Ключові слова: паремії, прислів'я та приказки, суюй, яньюй, фразеологія китайської мови, пареміологія

Тривалий час у лінгвістиці існували дискусії щодо включення прислів'їв та приказок (як предмет вивчення) у фразеологію, і це було пов'язано із проблемою виокремлення фразеології як такої. Певний час науковці підтверджували або ж навпаки заперечували зв'язок прислів'їв та приказок із фразеологією. Дослідженням даної проблеми займалися В.Л. Архангельський, О.М. Бабкін, В.В. Виноградов, В.П. Жуков, О.В. Кунін, Б.О. Ларин, З.Д. Попова, М.М. Шанський та інші мовознавці. Тим не менш на сьогоднішній день побутує думка, що пареміологія (від *гр.* *вислів, притча*) це одна з галузей фразеології, яка займається вивченням прислів'їв та приказок і сягає ще часів Аристотеля [6, с. 10]. Іншими словами, це своєрідний "світ", що відображає, зберігає та передає культурні цінності певного народу, сукупність всіх його народних висловів різних за походженням та часом виникнення.

Такі дослідники, як І.В. Паус, М.В. Красножорова, А.І. Богданов, В.І. Даль, М.О. Добролюбов, В.М. Татищев, укладаючи словники, збірки паремій, вміщали туди примовки, приказки, прислів'я, забобони, повір'я, інколи навіть і тлумачення снів [1, с. 243]. Однак, зазвичай, вживаючи термін "паремія", у більшості випадків мовознавці мають на увазі лаконічні афоризми народного походження, що мають повчальний, настановчий або ж виховний характер, сповнені образності та емоційності, зокрема мова йде про прислів'я та приказки, оскільки саме для них характерні зазначені риси.

Однак слід також зауважити, що в українських та російських мовознавчих працях прислів'я та приказки зазвичай розмежовують, по-перше, аргументуючи це тим, що вони мають відмінності у структурному плані: прислів'я можуть мати структуру речення (наприклад, *вовків боятись – без грибів бути, більше грошей, більше і турбот* [1, с. 240]), в той час як приказки – словосполучення або ж речення (наприклад, *від чистого серця, до гробової дошки* [1, с. 240]). Відповідно до тлумачень "Малої філологічної енциклопедії", "прислів'я – стислий і влучний народний вислів (часто афористичний і заримований), у якому в образній формі виражена повчальна думка чи емоційна оцінка якогось явища" [Мала, с. 336]; "приказка – влучний, афористичний, іноді римований вислів, який, на відміну від прислів'я, не має повчального змісту та обґрунтування висновку" [3, с. 332]. Щодо плану вираження, то тут також є певні особливості: для прислів'їв є характерною "складна взаємодія мотивуючої основи (лексичного складу) та вираженого висновку, що має прагматичне значення" [1, с. 240–241]. Наприклад, розглядаючи прислів'я *близько лікоть, та не вкусиш*, можна стверджувати, що завдяки внутрішній формі та введенню слів-образів, таких як "лікоть", досить легко зрозуміти загальне значення виразу та вловити цілісну картинку [1, с. 241], в той час як для приказок притаманне образне вираження, що нагадує ідіоматичність фразеологізмів [1, с. 241]. Прикладом цього може стати приказка *як риби парасолька*, котра має своє ідіома-

тичне значення та семантичний еквівалент – "ні до чого, нема для чого" [1, с. 241]. Крім того, як відзначають відомий український мовознавець О.О. Потебня та відомий російський лексикограф В.П. Жуков, на відміну від приказок, для яких характерне буквальне значення, прислів'ям притаманне пряме і переносне значення [2, с. 11; 4, с. 110]. Однак, існують непоодинокі випадки, коли окремі прислів'я мають лише пряме значення, наприклад, *старий друг краще двох нових; свій розум краще, аніж чужий; краса розуму не зрадить; довгі проводи – зайві сльози* тощо [1, с. 245]. Спеціаліст у галузі загального мовознавства М.Ф. Алефіренко пропонує розглянути наступні прислів'я та приказки, щоб краще відчутися цю тонку межу, що їх розрізняє: прислів'я *Майстер справи береться сміливо* (у вигляді речення) та *Рука набита, Око призвичаєне* (у формі словосполучення); приказка *рос. На обухе рожь молотит, зерна не обронит* [1, с. 245]. Як бачимо, обидва прислів'я виступають у ролі засобу образної номінації, в той час як приказка – лише певний натяк на образ.

У Китаї вивченню прислів'їв та приказок приділялося не настільки велике значення, як на Заході. Вень Дуаньчжен, у висновках до власної праці "Дослідження китайських суой у XX столітті" ("温端政 "二十世纪的汉语俗语研究"), зазначає, що галузь лінгвістики, що займається вивченням прислів'їв і приказок, набула свого найбільшого розвитку у XX столітті, а причиною повільного розвитку досліджень прислів'їв та приказок вважає нехтування теорією [8, с. 375]. Крім того, автор стверджує, що результати аналізу, яких досягнуто у XX ст., стали фундаментом для подальших студіювань у даній галузі мовознавства. Більш того, китайський лінгвіст наводить періодизацію вивчення прислів'їв та приказок у XX столітті, яка поділяється на 3 періоди:

1) 20–40 рр. XX ст. – етап початкових досліджень – перші кроки у дослідженні специфіки, дефініції, визначення меж, змісту і ролі 谚语 та 歇后语;

2) 50–60 рр. XX ст. – перехідний етап, який характеризується класовим аналізом ("阶级分析") 谚语 та 歇后语, який дозволив розглянути їх зміст (однак даний спосіб дослідження не набув поширення);

3) кінець 70-х рр. – початок XXI ст. – період, який характеризується п всебічним розквітом теорії народних висловів, і саме у цей час починається вивчення специфіки, визначення меж, класифікації *суюй*, яке продовжується і до сьогодні [8, с. 375–376]. Традиційно у Китаї для галузі лінгвістики характерне було студіювання ієрогліфіки та укладання ієрогліфічних словників. Однак, із прагненнями Сходу до осмислення західних досліджень, з'являється тенденція до вивчення слів та формування лексичних словників 词典 (на протипагу словникам ієрогліфів 字典), і вже у 80-х рр. XX ст. починають видаватися словники народних сталих виразів.

Гадаємо, що поняття прислів'їв та приказок китайської мови також заслуговують на детальне дослідження .

Відомо, що в китайській мові на позначення прислів'їв та приказок зазвичай використовують два поняття "俗语" та "谚语". Пропонуємо звернутися до "Українсько-китайського словника" з метою ознайомлення з перекладом даних понять: приказка – 俗语 [9, с. 368]; прислів'я – 谚语, 格言, 俗语, 俗话 [9, с. 373]. І це ще раз демонструє певну плутанину у визначенні понять, оскільки вони ототожнюються. У свою чергу, у словнику "新华汉语词典" зазначають, що 俗语 – "образний та лаконічний за формою вислів, що був створений та розповсюджений серед людей" [11, с. 920]; 谚语 – "усталений розповсюджений вираз, лаконічний за формою, розповсюджений у народі, відображає певний досвід та істину" [11, с. 1102]. У передмові до "Словника *суюй*" ("俗语词典") зазначається, що "俗语, інша назва 俗话, – узвичаєні, образні, широко розповсюджені серед на-

роду сталі вирази, які виникли у процесі праці, повсякденного життя та суспільної практики, і поєднують у собі досвід, мають повчальний характер, передають наукові знання та відображають погляди на життя" [7, с. 1].

Стверджується, що існує два розуміння поняття 俗语: 1) широке значення – "до складу 俗语 належать 谚语, 歇后语, 惯用语, 方言, 俚语 тощо [7, с. 1]; 2) вузьке значення – "俗语 це всі ті узвичаєні, образні сталі вирази" [7, с. 1]. Китайський мовознавець Люй Шусян зазначає, що "谚语 – це класичні 俗语 ("典型的俗语"), що цілком відповідає традиційному поняттю розповсюдженому серед китайців, оскільки подібне визначення зустрічається ще у "Книзі обрядів" ("礼记·大学") та "Історичній хроніці династії Хань" ("汉书·五行志"), і це дозволяє сміливо стверджувати, що у давнину поняття 俗语 та 谚语 збігалися, були абсолютними синонімами, проте існувало ще таке поняття, як 俗谚, що виступало їх поєднанням" [12, с. 1–3]. Велику цінність для даного дослідження становить також передмова китайського лінгвіста Вень Дуаньчжена до "Великого словника китайських суюй" ("中国俗语大词典") де зазначається, що "俗语 це лаконічний та розповсюджений у народі вираз, поширений у розмовній мові та має характерну структуру", і до 俗语 він відносить 谚语, 歇后语, 惯用语 та 成语, що використовуються у розмовній мові. До того ж, він визначає три ознаки, притаманні 俗语: 1) масовість (скоріш за все мова йде про розповсюдженість у народі, серед мас) ("群众性"); 2) використовуються у повсякденному житті, у розмовній мові (загальноновживаність, популярність "通俗性", розмовність "口语性");

3) сталість ("定型性"), хоча і можуть скорочуватися, чи доповнюватися завдяки гнучкості своєї структури, таким чином деякі вирази можуть мати кілька варіантів [12, с. 2–3]. Мовознавець Цю Пу у праці "Порівняння лінгвістичних особливостей різновидів *суюй*" (屈朴 "俗语各品类的语言特点比较") наводить невелику таблицю, в якій подає класифікацію *俗语* (сюди входять *成语* розмовного характеру, *谚语*, *歇后语*, *惯用语*, *格言*, *俚语*) та окреслює відмінності між його різновидами (Див. табл. 1) [8, с. 260–262]. У праці "Сталі вирази та їх різновиди" китайський дослідник Лю Шусінь стверджує, що *俗语* (або ж іншими словами *俗话*) "один з складових елементів фразеології", до того ж "до його складу, крім *谚语* та *名言*, також входить деяка частина *俚语*, які мають сталий та загальновживаний характер" [8, с. 251]. Відомі китайські фразеологи У Чжанькунь та Ма Гофань у праці присвяченій дослідженню *谚语* (武占坤, 马国凡 "谚语") зазначають, що це "популярний, лаконічний за формою римований вислів або ж коротке речення, як правило фігурує у розмовній мові, перейняте та розповсюджене серед народу, відображає його реальне буття, життєвий досвід, критику" [10, с. 3].

Крім того, вважаємо за необхідне виокремити *俗语*, як один із підвидів *熟语* (тобто китайської фразеології).

Таким чином можна стверджувати, що *俗语* це родове поняття до всіх сталих народних виразів, в той час як *谚语*, за всіма ознаками, що їх виокремлюють дослідники, – це є ніщо інше як прислів'я.

Таблиця 1

	Приклади	Структура	Стиль	Семантичні особливості	Функції	Усталеність
成语	1) 九死一生 чудом залишитися живим 2) 三五成群 невелика група людей 3) 大手大脚 жити по-панськи (на широку ногу) 4) 百发百中 безпомилково (бити у точку) 5) 放任自流 не надавати належної уваги (пускати на самоплив) 6) 走马看花 дивитись побіжно, не дошукуючись деталей	Усталений вираз, що складається з чотирьох ієрогліфів	Венянь та байхуа. Має незначний місцевий (територіальний) вплив	Переносне значення	У реченні виступає повноцінним словом	Всі елементи виразу міцно поєднані, у рідких випадках вони можуть розриватися
谚语	黄忠人老刀不老 вік для майстра не перешкода 平时不烧香, 临时抱佛脚 залишити все на кінець (робити все в останню хвилину)	Лаконічний сталлий вираз	Ознаки розмовного стилю, вплив місцевої мови досить сильний	Відображає точну думку, істину, або ж результат досвіду	Може виступати окремим реченням або складовою частиною складного речення	Має варіанти (написання)

	Приклади	Структура	Стиль	Семантичні особливості	Функції	Усталеність
格言	兼听责明, 偏听则暗 вислухаєш всіх – дізна- єшся істину, прислухаєш- ся до одного – залишишся у невіданні 人向高处走, 水往低处流 риба шукає – де глибше, а людина – де краще 有志者事竟成 хто хоче – той доб'ється	Лаконіч- не за формою, може виступа- ти прос- тим або складним реченням	Веньянь та байхуа. Має незначний місцевий (територіа- льний) вплив	Яскраво просте- жуються риси повчаль- ності та настано- ви, лако- нічний за формою та точний за зна- ченням	Може виступа- ти окре- мим речення або скла- довою части- ною складно- го речен- ня	Можли- вість варіацій невели- ка
歇后 语	芝麻开花----- 节节高 справи йдуть у гору 黄鼠狼给鸡拜 年----- 没安好心 добра не слід чекати (добре говорить, але зле творить) 大公鸡闹嗓子 ----- 别提(啼)了 що було, то загуло	Склада- ється з двох частин	Ознаки розмовного стилю та відтінок гумору, вплив міс- цевої мови досить сильний	Значення просте- жується через першу складову виразу	Виступає повно- цінним або неза- лежним елемен- том ре- чення	Може викори- стову- ватися в ролі речен- ня, або ж однієї зі скла- дових частин виразу

	Приклади	Структура	Стиль	Семантичні особливості	Функції	Усталеність
惯用语	碰钉子 наштотхнутися на неприємності 吹牛皮 вихвалятися 不管三七二十一 чи раз, чи два – одна біда 戴高帽 влещувати 赶时髦 ганятися за модою	Слово або стале словосполучення	Яскраво простежуються ознаки розмовного стилю, вплив місцевості та епохи (часового періоду)	Переносне значення	Виступає повноцінним елементом речення, тісно пов'язаний із контекстом	Лаконічні за формою, зазвичай нерозривні
俚语	拆烂污 недбалство 懒蛋 ледащо	Зустрічаються переважно у формі слова, або ж сталих словосполучень	Вплив місцевості досить сильний	Семантичне навантаження отримує завдяки оточуючим місцевим звичаям	Виступає повноцінним елементом речення	Може мати певні варіанти, але складові існують нерозривно

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Алефиренко Н. Ф.* Фразеология и паремология : Учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семенов. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 344 с.
2. *Жуков В. П.* Словарь русских пословиц и поговорок / В. П. Жуков. – М. : Советская энциклопедия, 1966. – 535 с.
3. Мала філологічна енциклопедія / Уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. – К. : Довіра, 2007. – 477 с.

4. Потебня А. А. Теоретическая поэтика : учеб. пособие / А. А. Потебня; сост., вступ. ст., комментарии А. Б. Муратова. – 2-е изд., исправленное. – СПб. : Филол. фак. СПбГУ; М. : Академия, 2003. – 373 с.

5. Снегирев И. М. Книга народной мудрости / И. М. Снегирев. – Litres, 2014. – Режим доступа до книги: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1031393/Snegirev_-_Kniga_narodnoy_mudrosti.html

6. Mieder, Wolfgang Proverbs: a handbook / Wolfgang Mieder. – Greenwood Publishing Group, 2004. – 304 p.

7. 俗语词典 / 徐宗才, 应俊玲编著. – 北京: 商务印书馆出版, 1998. – 1176页.

8. 温端政 "二十世纪的汉语俗语研究" / 温端政, 周荐. – 书海出版社, 2000. – 417页

9. 乌克兰语汉语词典 / 郑述谱同作者作品. – 北京: 商务印书馆, 1999. – 578页

10. 武占坤, 马国凡 "谚语" / 武占坤, 马国凡. – 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1983. – 473页

11. 新华汉语词典: 彩色版 / "新华汉语词典"编委会编. – 北京: 商务印书馆国际有限公司, 2004. – 1305页

12. 中国俗语大词典 / 温端政. – 上海辞书出版社, 1989. – 1447 页

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

Е. А. Чижевская, асп.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Понятие паремий в современном китайском языке: суюй и яньюй

В статье рассмотрено понятие паремий, пословиц и поговорок, а также их отличия и черты. Коротко обозначена периодизация исследования XX ст. китайских пословиц и поговорок. Осуществлен анализ таких понятий, как суюй и яньюй, принадлежащих к устойчивым народным изречениям, и определено их место среди других фразеологических единиц китайского языка.

Ключевые слова: паремии, пословицы и поговорки, суюй, яньюй, фразеология китайского языка, паремиология

Ye. Chyzhevskya, PhD Student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The notion of proverbs and saying in the contemporary Chinese language: suyu and yanyu

The article deals with the observation of the various definitions of the notions 'proverbs' and 'sayings', as well as with their differences and specific characteristics. The periodisation of the twentieth century studies of the Chinese proverbs and sayings

is represented in brief. The analysis of such fraseological units as suyu and yanyu is being conducted, and their place among the Chinese phraseology is determined.

Keywords: *paremias, proverbs and sayings, suyu, yanyu, phraseology of Chinese language, paremiology.*

УДК 821.14'02

А. С. Янчук, студ.

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПОНЯТТЯ ІСТИННОСТІ В ІСТОРІОГРАФІЇ ЕЛЛІНІСТИЧНОГО ПЕРІОДУ (на матеріалі "Всесвітньої історії" Полібія)

У статті представлені результати дослідження особливостей тлумачення Полібієм поняття істинності історичного твору. Зокрема, проаналізовано основні вимоги, які висуваються автором щодо правдивості та об'єктивності висвітлення історичних подій.

Ключові слова: *еллінізм, азіанізм, аттикізм, істинність, об'єктивність, стиль історичного твору.*

Кожне покоління сприймає історичні події минулого через призму сучасності, відповідно до своїх цінностей, ідеалів, моралі, отже зайвим буде наголошувати на постійній актуальності історії будь-якого періоду для розуміння та розвитку сучасного суспільства та його благополуччя у майбутньому. Знання історії та інтерес до минулого завжди зумовлені актуальними для суспільства проблемами. Саме тому образ минулого не стільки відтворюється, скільки створюється нащадками, які, позитивно чи негативно оцінюючи попередників, обґрунтовують таким чином власні рішення та дії [Диалоги 2008, 230–235]. Тому трактування історії суттєво пов'язане з поняттям істинності, правдивості, тобто правильності відображення об'єктивної дійсності у свідомості людини, її уявленнях, поняттях, судженнях, умовиводах [Велика радянська енциклопедія].

Поняття істинності в елліністичний період не було предметом окремого дослідження, проте його торкалися у своїх наукових працях такі науковці, як Кашцев В. І., Чемпіон К. Б. та небагато інших.

З огляду на це, ми вважаємо, особливої **актуальності** набуває дослідження тлумачення істинності, зокрема, в контексті твору Полібія.

Метою нашого дослідження було розкрити особливості розуміння Полібієм істинності, об'єктивності викладу в історичному творі.

Об'єктом нашого дослідження є поняття істинності у творі Полібія як представника елліністичного інтелектуального світу.

Предметом стали особливості тлумачення поняття істинності, вимоги та критерії щодо написання історичного твору, об'єктивне та правдиве висвітлення подій у розумінні Полібія.

Матеріалом дослідження є твір Полібія "Всесвітня історія", з якого нами було обрано методом суцільної вибірки уривки (31), у яких репрезентується розуміння істинності істориком.

"Антична культура космологічна, вона передбачає розмірковування над динамікою світу. Заснована на поєднанні фаталізму й героїзму, вона породила наукове й філософське світорозуміння" [Куманецкий 1990, 20–22]. Саме врахувавши те світосприйняття, тобто свідомість, ментальність, що була притаманна античній людині, ми зможемо наблизитися до правильного розуміння та тлумачення її бачення світу та історії.

"Антична ментальність тісно пов'язана з полісним ладом, її сформувала полісна ідеологія, полісні цінності свободи й незалежності вільної людини, члена цивільної громади" [Коптев 1997, 11–30]. Індивідуалізм у сучасному розумінні цього слова не був властивий античній культурі, адже особистість мала певну цінність лише у зв'язку з полісом.

Античній культурі взагалі та ментальності античних громадян властивий свого роду діалектизм, що сягає корінням двоякої природи майже всіх проявів їх суспільного життя. Змалку античний громадянин вчився співвідносити свої особисті прагнення з суспільною думкою [Пасько, режим доступу].

Усі ці риси у період еллінізму зазнавали певної деформації та переосмислення, оскільки в цю добу відбувався своєрідний злам, перехід до чогось якісно нового: світ змінювався [Лосев 1979, 205–210]. У красномовстві конкурують дві основні течії: азіанізм та аттикізм, які мали безпосередній вплив на історіографію як науку, що описує реальні, достовірні події, на за-

соби, за допомогою яких вона цей опис робила, тобто мову [Диалоги 2008, 58]. Певні особливості цих течій, зокрема азіанізму, могли сприяти викривленню історичної дійсності заради дотримання мовних норм, характерних для послідовників цієї школи [Kennedy 1994, 3].

На позиціях, протилежних риторичному напрямку в історіографії, стояв у II ст. до н. е. найбільш видатний грецький історик того часу Полібій з Мегалополя. Серед заслуг Полібія не тільки те, що він продовжив в історіографії традицію Фукідіда, але й те, що він вперше зробив спробу написати цілісну всесвітню історію [Walbank, режим доступу].

Полібій був непересічним істориком завдяки критичному та ґрунтовному опрацюванню першоджерел, широкій обізнаності у давньоримській політиці, глибокому знанню військової справи та моральній необхідності дошукуватися істини. Полібій розширив завдання історії; він прагнув до точного достовірного знання і відтворення фактів ще більшою мірою, ніж Фукідід, прагнув проникнути у їх зміст і причиновий зв'язок; він намагався охопити розумом події, що відбувалися в різних кінцях історичного світу, побачити в їх перебігу та напрямку певну планомірність [История 1989, 457].

Світ навколо Полібія постійно змінювався: римська держава об'єднала розрізнені елліністичні монархії, які були виснажені взаємною боротьбою. Цей факт – підкорення Римом – ображав волелюбних еллінів, однак наслідки його для світу та доби мали дуже велике значення. Держави об'єднувались, встановлювався порядок та відносний спокій у житті громадян, суперечності усувались та продовжувався розвиток кожного утворення під впливом один одного. Ці фактори не могли не впливати на світосприйняття автора та його розуміння істини.

Розглянемо тлумачення автором основних *завдань, які він ставить перед істориком*. Полібій любить наголошувати на важливості істинного опису подій, об'єктивності щодо ворогів та друзів, стверджує, що не слід вихвалити та ганити марно, а визначати мотиви дій [X. 21. 8]; також радить описувати не людей, але власне їх дії, щоб зберігати якомога більшу об'єктив-

ність. Він вважає, що людині властиво помилятися, і в цьому немає нічого ганебного, а от у замовчуванні факту помилки задля збереження величності образу він вбачає загрозу правдивості історії, а, отже, і її значенню для читачів [I. 14. 5-8]. *"Справжнє завдання історії полягає, по-перше, в тому, щоб дізнатися про промови, які були виголошені в дійсності, які б вони не були, потім дошукатися причини, з якої справа або промова закінчилися невдачею або успіхом,"* – так говорить Полібій у дванадцятій книзі та цим вкотре підкреслює всю відповідальність та важливість ролі історика [XII. 25б. 1].

Також автор радить описувати події без зайвого драматизму і пам'ятати, що основна мета історика – повчання, а не емоційний та цікавий виклад [II. 5б. 10-12].

Значна частина твору Полібія присвячена критиці помилок сучасних йому істориків, а також коментуванню тих помилок, яких неможливо уникнути. Як зазначає К. Куманецький, Полібій жорстко критикує свого попередника, історика Тімея Сицилійського, саме через надмірну риторику, надмірне звеличення одних героїв і зведення наклепів на інших, за неправдоподібні, химерні, некомпетентні описи битв; окрім того, Полібій рішуче відмежовується від Філарха і його любові до відтворення кривавих сцен і надміру сліз [Куманецький 1990, 420]. Полібій звинувачує цих авторів у тому, що вони постають більшою мірою трагічними поетами, ніж істориками. Полемізуючи з Тімеєм, доводить, що історика недостатньо знайомитися з описуваними подіями лише за книгами. Автор наголошує, що вивчати твори попередників – це важливо, але одного книжного досвіду замало для правильного опису подій, не слід забувати про емпіричність історичної науки [VII. 7. 6, XII. 3. 1-6]. Історик, на думку Полібія, повинен знати за особистими враженнями країну, про яку пише, і насамперед – місця найважливіших битв [XII. 25е. 5–7, XII. 25g. 2–3]. Так само важливим вважає Полібій військовий та політичний досвід історика, адже його твір повинен приносити користь полководцям, державним діячам, які його читатимуть. Такі ж вимоги ставить і до свого твору, адже дотримання історичної правди повинно бути на першому місці для всіх істо-

ріографів [XVI. 14. 6–8]. Полібій розуміє, що можуть бути помилки ненавмисні, і визнає, що їх варто пробачати та вказувати авторові, щоб він мав змогу виправитись, зокрема у книзі XII автор мислить так: *"Ми вже сказали, що помилки через незнання потрібно виправляти з прихильністю і поблажливо, і тільки навмисну брехню необхідно викривати без пощади"* [XII. 7. 6] (тут і далі переклад авторський). У XVI книзі автор розповідає про помилки Зенона: *"Що стосується неознайомленості Зенона з місцевостями Лаконіки, то я не соромлячись написав про це самому Зенону, оскільки помилки його були грубі, а я не вважаю справою чесною людини чужі помилки обертати собі на користь, як роблять багато інших, навпаки, заради загального блага я готовий ретельно виправити не тільки власні твори, але й чужі, наскільки дозволяють мені сили"* [XVI. 20. 2-9]. Важливою рисою твору автор вважає реальність подій, тобто відсутність чудес, не підтверджених фактами: *"...Необхідно викривати і висміювати привнесення в історію сновидінь і чудес. Всякий, хто сам дозволяє собі у великій кількості подібні побрехеньки, повинен бути радіий, якщо не зазнає докорів, і не личить йому нападати на інших, як це робить Тімей"* [XII. 12b. 1]. Про це йдеться, зокрема, і в книзі III [III. 47. 7-9]. Цікавим є ще те, що й приховування істини автор відкрито вважає брехнею, яку не слід залишати непокараною, і висвітлює це нам на прикладі Тімея: *"Він і не розуміє того, що в історії однаково вважається брехнею як вигадкування небувальщини, так і навмисне приховування істини"* [XII. 15. 11-12].

Незважаючи на всі вимоги до **об'єктивності історичної розповіді**, авторові самому часто важко було цього дотримуватись. Часом він сповнений гніву, ненависті, розчарування, інколи – захоплення. Історик того часу, що був у вирі політичних та військових подій у відомих колах, був безсилим, навіть маючи велике бажання, залишатися цілковито правдивим та об'єктивним, відмовитися повністю від деяких упереджень чи схильностей, оцінюючи явища, які мав змогу спостерігати. Тому у його творі простежується ідеалізація Ахейського союзу та любов до Еллади, звеличення постатей Арата, Сціпіона Еміліана, могут-

ності римлян у будь-якій ситуації, вічні нападки на етолян, наче вони були втіленням всіх можливих лих Еллади (за Полібієм, насильство, грабіж та інші подібні злочини, які супроводжуються заздрістю, підступністю, нахабством, віроломством, були звичними для етолян [II, 45. 1, II. 7. 1–3]) тощо. Однак історик, за винятком окремих випадків, об'єктивно інтерпретує факти, а його надмірна критика чи упереджене ставлення до певних явищ чи постатей зумовлена оціночними судженнями автора.

Він, однак, є надійним, визнаним сучасною історичною наукою авторитетним джерелом. Він у своєму творі підтверджує це **посиланнями** на джерела тих фактів, які повідомляє нам, зокрема, у книзі III: *"Не слід дивуватися, що ми з такими подробицями перерахували розпорядження Ганнібала в Іберії, яких навряд чи можна очікувати навіть від того, хто сам робив всі ці розпорядження, не слід також квапитися з докором, ніби ми уподібнюємося історикам, які під виглядом істини пропонують брехню. Справа в тому, що в Лацінії ми знайшли цей перелік військ на мідній дошці, виготовленій за наказом Ганнібала під час перебування його в Італії, і визнали, що написаний на ній список цілком достовірний, тому і зважилися скористатися цими свідченнями"* [III. 33. 17–18]; *"Ми з упевненістю говоримо, тому що про події ці отримали відомості від самих учасників, місцевості, описані в них, оглянуті нами особисто під час подорожі, яку ми здійснили через Альпи заради вивчення і завдяки допитливості"* [III. 48. 12]. Також висловлює думки щодо неоднозначності правди, можливостей її варіації, тобто виступає певною мірою об'єктивним [I. 34. 3, III. 30. 1–4, IV. 24. 2].

За своїм **стилем** автор дотримувався позицій Фукідіда, považав чіткість та точність аттикістів. Стиль Полібія часом досить скупий на образність та метафоричність, автор тяжіє до точної фіксації подій, наскільки це йому під силу. Проте іноді стиль оповіді стає дуже жвавим, а деякі сцени написані яскраво та цікаво. Книга XVI яскраво ілюструє вимоги, які автор висуває щодо реалістичності зображення, щодо пріоритету змісту твору над красою мови при описі історичних подій: *"Я вважаю, необхідно докладати максимум зусиль, щоб точно викладати події,*

бо гарна мова великою мірою посилює дію історії, однак люди розсудливі не можуть вважати її першою і головнішою за інші завдання історії. Зовсім ні. Навпаки, багато інших завдань більш гідні, і досвідченому в державних справах історикowi пристойніше було б тут шукати собі похвали" [XVI. 17. 10–11].

Дуже часто автор вказує, наскільки великим є **значення правдивої історії для виховання, повчання** людини. Історик, на думку Полібія, повинен не розважати читачів, а виховувати їх та формувати їх думку у руслі правильного розуміння законів розвитку суспільства: *"Хто зрозуміє це, той повинен зізнатися, що кращою школою для правильного життя служить нам досвід, який можна отримати з правдивої історії подій. Бо тільки вона без шкоди для нас робить людей суддями, які не помиляються щодо того, що краще у будь-який час і при будь-якому стані справ"* [I. 35. 9–10] (про це йдеться також у I. 35. 6). Натхненний любов'ю до батьківщини, він намагався в правдивому викладі історичних подій передати сучасникам та нащадкам уроки політичної мудрості. Автор підкреслював практичне значення історіографії та ту користь, яку може принести її знання: *"Бо, якщо вилучити з історії пояснення того, чому, яким чином, заради чого скоєно що-небудь, чи досягнута була мета, то від неї залишиться одна забава, позбавлена повчання; така історія принесе лише швидкоплинне задоволення, але для майбутнього ніякої користі"* [III. 31. 12–13].

I, наостанок, істина трактується Полібієм як велика і могутня сила, яку він, можливо, метафорично, свідомо чи несвідомо, мислив як караючу за всі несправедливості, адже, незважаючи на звеличування Риму, Полібій не може без суму говорити про підпорядковане становище еллінів внаслідок втрати державності після завоювання римлянами. У одній з останніх книг він наче виголошує своєрідний тренос над уярмленою Елладою [XXXVIII, III]. У XIII книзі можемо побачити, що Полібій вважав істину не просто важливою для достовірності опису подій, але й вбачав у ній певну велику фатальну силу, яка завжди проявить себе, пізніше чи раніше, але з однаковим нищівним результатом вдарить по тому, хто наважився нехтувати нею: *"Природа, як мені зда-*

ється, вивищила істину в людському суспільстві над усіма божествами і наділила її найбільшою силою. Трапляється іноді, що істину всі зневажають, що на сторону неправди переходить усяка ймовірність, проте ж істина власною силою незнаними шляхами проникає в душу людини, або негайно виявляючи свою владу, або залишаючись довгий час невидимою, врешті-решт, без усякого сприяння ззовні, торжествує над брехнею і долає її" [XIII. 5. 4–6].

Отже, Полібій як освічений еллін свого часу, відповідно трактував кожную історичну подію та явище, спираючись на панівні в його добу тенденції. Часто він занадто суб'єктивно оцінював історичні факти і не бачив за цією оцінкою справжньої історичної ваги подій. Наслідком цього було, з одного боку, перенесення на минуле невластивих мотивів, але таких, які, на переконання історика, були найбільш доречними і вірогідними; з іншого боку, від історика часто приховувалися справжні причини явищ і справжні рушійні сили подій.

Полібій вважав неминучим завоювання Греції Римом, як і багато його освічених сучасників. З іншого боку, він оцінював події, як і більшість людей його часу, – з точки зору найближчого можливого зиску для власної політичної громади.

Історик того часу, що був у вирі політичних та військових подій у відомих колах, був безсилим, навіть маючи велике бажання, залишатися цілковито правдивим та об'єктивним, відмовитися повністю від деяких упереджень чи схильностей, оцінюючи явища, які мав змогу спостерігати. Проте переоцінювати ці та інші випадки не варто, і в цілому, безперечно, ахейський історик є відносно об'єктивним, а його упередженість стосується не стільки самих фактів, скільки оцінок, з якими можна й не погоджуватися.

Розсудлива меншість, до якої належав і Полібій, бачила порятунок Еллади лише в примиренні з існуючим фактом підкорення Греції Римом, і, намагаючись підшукати виправдання для своєї поведінки в незрівнянній величі як самого переможця, так і його установ, ставила в заслугу собі турботу про можливі покращення в положенні завойованої Еллади.

Отже, "Всесвітня історія" Полібія, незважаючи на численні відхилення від образу ідеальної моделі викладу історичних подій, яку створив сам автор у своїх книгах, залишається найважливішим та досить об'єктивним джерелом з політичної і військової історії Греції елліністичного часу. Спотворення ним викладу історичного процесу рідко стосуються фактичної сторони подій, вони, як правило, присутні в тлумаченні подій, поясненні намірів сторін, моральної оцінки дійових осіб. Врешті-решт, треба мати на увазі, як каже В. І. Кашеєв, "соціальну сліпоту" Полібія, який вперто не бажає бачити реальні основи спалахів невдоволення народних мас. Проте автор вірить у непереборну та вічну силу істини як вищої справедливості, чого й вимагає від сучасного йому світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Велика радянська енциклопедія. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://vge.pp.ua/велика_радянська_енциклопедія_istina.html
2. Диалоги со временем: память о прошлом в контексте истории – Под. ред. Репиной Л. П. – М. : Кругъ, 2008. – 800 с.
3. История древнего мира. Расцвет древних обществ: в 3 томах. – Под ред. Дьяконова И. М. – М. : Наука : Главная редакция восточной литературы издательства, 1989. – Т. 2 – 466 с.
4. Куманецкий К. История культуры Древней Греции и Рима – М. : Высшая школа, 1990. – 456 с.
5. Кашеєв В. И. Эллинистический мир и Рим: Война, мир и дипломатия в 220-146 гг. до н. э. – М. : Греко-латинский кабинет, 1993. – 379 с.
6. Контеєв А. В. Античное гражданское общество в истории западноевропейской цивилизации / сб. статей – Под ред. Некрасова Ю. К. – Вологда : Русь, 1997 – 369 с.
7. Лосев А. Ф. История античной эстетики : в 8 томах. – М. : Искусство, 1979. – том 5, кн. 2: Ранний эллинизм. – 760 с.
8. Пасько І. Т. Греко-римський світ – доба становлення громадянських ідей, інституцій, принципів. [Електронний ресурс]. // Режим доступу: <http://vesna.org.ua/txt/biletskv/paskoja/grm/02.html>
9. Полибий. Всеобщая история. – 2-е изд.: в 3 томах – Отв. ред. А. Я. Тыжов. – СПб. : Ювента, 1994-1995.
10. *Champion C. B. Cultural Politics in Polybius' Histories.* – University of California Press, 2004. – 307 p.
11. *Kennedy G. A. A New History of Classical Rhetoric.* – Princeton University Press, 1994. – 255 p.

12. Walbank F. W. Polybius. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/468317/Polybius>

13. Πολύβιος. Ἱστορίαι. – Theodorus Bytner-Wobst after L. Dindorf, Ed. – Leipzig: Teubner, 1905.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

А. С. Янчук, студ.

Институт филологии, КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

Понятие истинности в историографии эллинистического периода (на материале "Всемирной истории" Полибия)

В статье представлены результаты исследования особенностей толкования Полибием понятия истинности исторического произведения. В частности, проанализированы основные требования, предъявляемые автором к правдивости и объективности освещения исторических событий.

Ключевые слова: эллинизм, азианизм, аттицизм, истинность, объективность, стиль исторического произведения.

A. Iancuk, Student

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

The Concept of Truth in the Historiography of the Hellenistic period (based on the "World History" by Polybius)

The article represents the results of the interpretation of the truth studies in Polybius historical work. In particular, it contains the analysis of the main requirements for the veracity and objective coverage of historical events by the author.

Keywords: hellenism, asiatic style, attic style, truth, objectivity, style of historical work.

ЗМІСТ

Охріменко В. І. Модальне значення деонтичної необхідності (на матеріалі італійської мови)	3
Пастух Є. В. Семантичний аналіз лексеми <i>glamour</i> в англійській мові (на матеріалі словникових дефініцій)	14
Пашковська В. С. Специфіка перекладів Павлина Свенціцького	22
Перескоцька У. І. Анексія Криму у польських ЗМІ	31
Петренко С. В. Комунікативні стратегії читацького відгуку як літературно-критичного жанру англомовного медійного дискурсу	38
Пилипчук Т. В. Вербалізація етнічного стереотипу "індієць" у комедійних шоу Рассела Пітерза	45
Підгрушна О. Г. Стратегії відтворення гумору в українських перекладах повісті Джерома К. Джерома "Троє у човні, як не рахувати собаки"	57
Пічахчи О. В. Неологізми як засіб інтелектуалізації новогрецької мови	69
Плющ Б. О. Перекладацький диспарат у контексті перекладів української прози англійською та німецькою мовами	76
Поворознюк Р. В. Перекладацька компетенція й відтворення медичних текстів	91
Приходько І. Г. Прізвиська як маркер коректності та ціннісних орієнтацій соціуму	105
Романюк Ю. В. Вплив соціодинаміки на систему і структуру українського дієслова	117
Рудницька Н. М. Ідеологічно мотивована асиметрія радянських перекладів творів західних письменників, присвячених громадянській війні в Іспанії	123
Сайко М. Особливості відтворення пейоративної лексики у перекладі субтитрів до німецькомовних кінофільмів	133
Синявська О. Є. Російські комерційні найменування XIX століття та їхній сугестивний потенціал	144

Скрильник С. В. Механізми неологізації у художньому перекладі	157
Слюсарчик А. Б. Метафора в україномовних європейських інтернет-ресурсах	170
Смолянська А. І. Терапевтичний текст в інтернет-просторі: особливості функціонування та види.....	175
Смущинська І. В. Запозичення з класичних мов у французькій мові: основні тенденції.....	185
Снитко О. С. Аудіовізуальні образні засоби сугестії в інтернет-комунікації: стратегії використання.....	194
Соболевська О. В., Калініна-Шамрай В. Р. Проблеми багатомовності у франкомовних країнах.....	210
Соколенко О. А. Асоціативний вплив на концептуалізацію кольору (на матеріалі каталогів косметичної продукції).....	218
Соловей Ю. В. Відтворення ідіостилю Джуліана Барнза в українськомовному перекладі роману "The sense of an ending".....	226
Софієнко І. В. Відтворення мовленнєвих портретів іноземців в українських перекладах кінофільмів.....	238
Станіслав О. В. Когезія та сепаратизація: корелятивні відношення (на матеріалі синтаксису сучасної французької мови)	246
Стасюк О. С. Прагматичні характеристики метаінтертексту (на матеріалі парламентського дискурсу ФРН)	255
Строкаль О. М. Поетика індивідуально-авторських флоронімів у текстах Володимира Коломійця	262
Сиромля Н. М. Особливості дискурсу дитячого журналу	271
Святенко М. М. Інтертекстуальність в рекламних текстах	279
Телешун К. О. Метафоризація як лексико-семантичний спосіб творення турецьких термінів торгівлі	290
Тесленко В. Структурно-типологічні особливості закритих фразеологізованих речень	296

Тищенко О. О. Особливості використання питальних речень у заголовках публікацій інтернет-версій грецьких газет	306
Торосян О. М. Полімодельність сучасного ділового комунікативного процесу	312
Усов Д. Особливості функціонування мумбайського сленгу в комунікації сучасної індійської молоді	321
Харик О. В. Епонімічна складова медичної термінології.....	330
Хюнерлі Б. Роль навчальних посібників інституту імені Юнуса Емре у вивченні турецької мови	335
Челпан В. М. Лінгвокультурні аспекти дослідження творчості Мити Карагачиса	344
Черненко Н. А. Соціокультурні чинники концептуалізації поняття <i>добročесність</i> в просторі давньоримської лінгвокультури.....	351
Черніченко А. О. Маніфестація символу Mary Magdalene у структурі художнього концепту RELIGION в англійській мові (на матеріалі твору Дена Брауна "The da Vinci Code").....	363
Чижевська Є. О. Поняття паремій у сучасній китайській мові: суюй та яньйой	371
Янчук А. С. Поняття істинності в історіографії елліністичного періоду (на матеріалі "Всесвітньої історії" Полібія)	381

СОДЕРЖАНИЕ

Охрименко В. И. Модальное значение деонтической необходимости (на материале итальянского языка).....	3
Пастух Є. В. Семантический анализ лексемы glamour в английском языке (на материале словарей дефиниций)	14
Пашковська В. С. Специфика переводов Павлина Свенцицкого	22
Перескоцька У. И. Аннексия Крыма в польских СМИ.....	31
Петренко С. В. Коммуникативные стратегии читательского отзыва как литературно-критического жанра англоязычного медийного дискурса	38
Пилипчук Т. В. Вербализация этнического стереотипа "индиец" в комедийных шоу Рассела Питерса	45
Подгрушная О. Г. Стратегии воссоздания юмора в украинских переводах повести Джерома К. Джерома "Трое в лодке (не считая собаки)"	57
Пичахчи Е. В. Неологизмы как средство интеллектуализации новогреческого языка	69
Плющ Б. О. Переводческий диспаратет в контексте переводов украинской прозы на английский и немецкий языки.....	76
Поворознюк Р. В. Теоретические модели переводческой компетенции в аспекте воспроизведения медицинского дискурса	91
Приходько И. Г. Прозвищные номинации как маркер корректности и ценностных представлений социума	105
Романюк Ю. В. Влияние социодинамики на систему и структуру украинского глагола	117
Рудницкая Н. Н. Идеологически мотивированная асимметрия советских переводов произведений западных писателей, посвященных гражданской войне в Испании	123
Сайко М. Особенности воспроизведения пейоративной лексики в переводе субтитров к немецкоязычным кинофильмам.....	133

Синявская О. Е. Русские коммерческие наименования XIX века и их суггестивный потенциал.....	144
Скрыльник С. В. Механизмы неологизации в художественном переводе.....	157
Слюсарчик А. Б. Метафора в украиноязычных европейских интернет-ресурсах	170
Смолянская А. И. Терапевтический текст в интернет-пространстве: особенности функционирования и виды.....	175
Смушинская И. В. Заимствования из классических языков во французском языке: основные тенденции	185
Снитко О. С. Аудиовизуальные образные средства суггестии в интернет-коммуникации: стратегии использования	194
Соболева Е. В., Калинина-Шамрай В. Р. Проблемы многоязычия во франкоязычных странах.....	210
Соколенко О. А. Характеристика ассоциативных влияний на концептуализацию цвета (на материале каталогов косметической продукции).....	218
Соловей Ю. В. Воспроизведение идиостиля Джулиана Барнса в украиноязычном переводе романа "The sense of an ending"	226
Софненко И. В. Воссоздание речевых портретов иностранцев в украинских переводах кинофильмов	238
Станислав О. В. Когезия и сепаратизация: корелятивные отношения (на материале синтаксиса современного французского языка)	246
Стасюк А. С. Прагматические характеристики метаинтертекста (на материале парламентского дискурса ФРГ)	255
Строкаль А. Н. Поэтика индивидуально-авторских флоронимов в текстах Владимира Коломийца.....	262
Сыромля Н. Н. Особенности дискурса детского журнала.....	271
Святенко М. Н. Интертекстуальность в рекламных текстах	279
Телешун К. О. Метафоризация как лексико-семантический способ создания турецких терминов торговли	290

Тесленко В. Структурно-типологические особенности закрытых фразеологизированных предложений	296
Тищенко Е. А. Особенности использования вопросительных предложений в заголовках публикаций интернет-версий греческих газет.....	306
Торосян О. Н. Полимодельность современного делового коммуникативного процесса.....	312
Усов Д. Особенности функционирования мумбайского сленга в коммуникации современной индийской молодежи	321
Харик О. В. Диахронический аспект исследования эпонимической составляющей медицинской терминологии	330
Хюнерли Б. Роль учебных пособий Института имени Юнуса Эмре в изучении турецкого языка	335
Челпан В. Н. Динамика лингвокультурного влияния в языковом мире Мити Карагациса.....	344
Черненко Н. А. Влияние общественно-философских идей на концептуализацию понятия добродетели в пространстве древнеримской лингвокультуры	351
Черниченко А. О. Манифестация символа Mary Magdalene в структуре художественного концепта RELIGION в английском языке (на материале романа Дэна Брауна "The da Vinci Code")	363
Чижевская Е. А. Понятие паремий в современном китайском языке: суюй и яньюй.....	371
Янчук А. С. Понятие истинности в историографии эллинистического периода (на материале "Всемирной истории" Полибия).....	381

CONTENTS

Okhrimenko V. Modal meaning of deontic necessity in Italian	3
Pastuch E. Semantic analysis of lexem "glamour" in English (based on the dictionary definitions)	14
Pashkovska V. The specificity of Paulin Svetsitsky's translations	22
Pereskotska U. Annexation of the Crimea in the Polish media.....	31
Petrenko S. Communicative Strategies of Customer Review as Genre of Literary Criticism in the English language Media Discourse	38
Pylypchuk T. Verbalization of the ethnic stereotype "Indian" in Russell Peters' stand-up shows	45
Pidgrushna O. Strategies of humor recreation in Ukrainian translation of the novel by Jerome K. Jerome "Three Men in a Boat (to say nothing of the dog)"	57
Pichakhchy O. Modern Greek neology as a source of language intellectual development	69
Pliushch B. Translator disparity in the context of Ukrainian prose translation into English and German.....	76
Povoroznyuk R. Theoretical Models of Translational Competence in the Aspect of Medical Discourse Rendering	91
Prykhodko I. The nicknames as a tag civility and value orientations of the society.....	105
Romaniuk Ju. The sociodynamics influence on the system and structure of the Ukrainian verb.....	117
Rudnytska N. Ideologically motivated asymmetry of Soviet translations of works by Western writers about the Spanish Civil War	123
Saiko M. The peculiarities of rendering of pejoratives in translation of subtitles to German films	133
Syniavska O. Russian commercial names of the 19 th century and their suggestive potential.....	144
Skrylnyk S. Neologizations in Literary Translation	157

Sliusarchyk A. Metaphor in the Ukrainian language Internet-resources	170
Smolyanskaya A. Therapeutic text in Internet-space: types and functioning features	175
Smushchynska I. Borrowings from classical languages into French: the main trends	185
Snytko O. Audiovisual Means of Suggestion in the Internet Communication: Application Strategies	194
Soboleva O. Multilingualism's problems in Francophone countries	210
Sokolenko O. Associative influence on color conceptualization (based on cosmetic catalogues)	218
Solovey Y. Julian Barnes's idiostyle reproduction in the Ukrainian translation of the novel "The sense of an ending"	226
Sofiienko I. Rendering of foreigners' speech portraits in Ukrainian film translations	238
Stanislav O. Cohesion and separation: correlative relations (on the material of the modern French syntax)	246
Stasiuk O. Pragmatic characteristics of metaintertext (based on the parliamentary discourse of Germany)	255
Strokai O. The poetics of individual-author's nominations of objects of flora in Vladimir Kolomijet's texts	262
Syromlya N. Peculiarities of children's magazine	271
Sviatenko M. Intertextuality in advertisements	279
Teleshun K. Metaphorization as the basis of Turkish trade terms	290
Teslenko V. Structural and typological features of the closed idioms with two-member simple sentence structure	296
Tyschenko O. The peculiarities of interrogative sentences in the headlines of Greek newspapers online versions	306
Torosyan O. Multiple modality of modern business communicative process	312

Usov D. Features of functioning of Mumbai slang in communication of modern Indian youth.....	321
Kharyk O. Diachronic Aspect of Study of the Eponymic Components in Medical Terminology.....	330
Hunerli B. The role of the tutorials of Yunus Emre Intitute in the learning of the Turkish Language	335
Chelpan V. Dynamics of Linguocultural Impact in the Language World of M. Karagatsis.....	344
Chernenko N. The social and philosophic impact on the virtue conceptualization in the ancient Rome culture by means of Latin language	351
Chernichenko A. The manifestation of the symbol Mary Magdalene in the structure of the artistic concept RELIGION in the english language (based on the novel "The da Vinci Code" by Dan Brown)	363
Chyzhevska Ye. The notion of proverbs and saying in the contemporary Chinese language: suyu and yanyu.....	371
Ianckuk A. The Concept of Truth in the Historiography of the Hellenistic period (based on the "World History" by Polybius).....	381