

ISSN 2518-7090

НАУКОВИЙ ВІСНИК

ЧЕРНІВЕЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Рік заснування 1996

Випуск 831-832

Германська філологія

Збірник наукових праць

Чернівці
2021

**Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.
Германська філологія / редкол.: І. М. Осовська (гол. ред.) та ін. Чернівці : Рута, 2021. Вип. 831-
832. 322 с.**

У збірнику вміщено статті, де розглянуто актуальні питання когнітивної та комунікативної лінгвістики, лінгвістики тексту, дискурсології, семантики, перекладознавства та методики викладання іноземних мов.

Головний редактор

Осовська Ірина Миколаївна, доктор філологічних наук, професор,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Заступник головного редактора

Кійко Юрій Євгенович, доктор філологічних наук, професор,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Члени редколегії:

Бялик Василь Дмитрович, доктор філологічних наук, професор,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Іваницька Марія Лонгинівна, доктор філологічних наук, професор,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Кійко Світлана Василівна, доктор філологічних наук, професор,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Леміш Наталія Євгенівна, доктор філологічних наук, доцент,
Національний педагогічний університет імені М. Драгоманова, Україна

Міжнародна редколегія:

Rodica Dimitriu, доктор філологічних наук, професор, Яський університет імені Александра Іоана Кузи, Румунія

Thorsten Roelcke, доктор філологічних наук, професор, Технічний університет м. Берлін, Німеччина

Bettina Bannasch, доктор філологічних наук, професор, Аугсбурзький університет, Німеччина

Alfred Wildfeuer, доктор філологічних наук, професор, Аугсбурзький університет, Німеччина

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 15754-4246Р від 02.10.2009 р.

Включено до переліку фахових видань України – Категорія Б –
Наказ Міністерства освіти і науки України 26.11.2020 р. № 1471,
рішення АК 26.11.2020 р. №1471.

Друкується за ухвалою Вченої ради
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Адреса редколегії:

Факультет іноземних мов
вул. Садова, 5, корпус 19,
58000, Чернівці, Україна

**COLOR MENTALITY IN THE MIDDLE AGES:
principles of medievalist cognitive-quantitative comparative reconstruction
(based on Old High German and Middle High German texts)
КОЛІРНА МЕНТАЛЬНІСТЬ У НІМЕЦЬКОМУ СЕРЕДНЬОВІЧЧІ:
принципи медієвістичної когнітивно-квантитативної зіставної
реконструкції (на основі давньоверхньонімецьких і
середньоверхньонімецьких текстів)**

**Світлої пам'яті професору
Олександрю Дмитровичу Огую –
до 65-річчя від дня його народження –
присвячуємо**

Олександр ОГУЙ, Ольга ІВАСЮК, Галина ІВАСЮК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

o.ivasjuk@chnu.edu.ua, g.ivasjuk@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0001-6638-2652, ORCID ID 0000-0002-7630-2481

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.3-12>

***«Кожна історична епоха, кожне покоління
істориків реконструює свої Афіни, свій Рим, свій
Ренесанс» (Л. Февр)***

The article focuses on theoretical concepts and their inter categorical interaction in the process of medieval cognitive-quantitative comparative reconstruction of color mentality in the Middle Ages.

The authors point out that the reconstruction of the mentality of this period, which represents part of the culture, should be guided by a holistic method using formalized-quantitative methods, as deep symbolism permeated the lives of speakers of the German Middle Ages at all levels.

The article also states that to describe the mentality as an expression of culture, it is advisable to choose important linguistic and cultural categories such as separate modules (eg, color notation) in the language picture of the world. The article notes that both in the texts and in the dictionaries the language picture of the world is represented by words and phrases grouped by semantics into multi-part lexical-phraseological fields. The authors of the article found that the reconstruction covers all linguistic means related to different, as a rule, the main parts of speech, which reflected historically the ancient syntagmatic thinking and its syncretism.

Reconstruction as a process and result of hypothetical reproduction or establishment of certain, mostly non-existent characteristics of the medieval mentality is proposed to be carried out on three levels: 1) through the analysis of literary remembrances; 2) through the analysis of certain patterns of the language picture of the world; 3) through etymological and semantic analysis of words.

At the same time, the article proposes to consider the holistic paradigm as the basis of the "new philology", which is defined as a combination of linguistics and literary studies, culturology, logic, ethnolinguistics and psychology.

In the future, a comprehensive study of Old High German and Middle High German words according to these principles and using formalized quantitative methods will help to determine not only their linguistic and cultural peculiarities, but also to establish objectively the language picture of the world of the Middle Ages on the background of its culture.

Key words: medieval studies, color mentality, cognitive-quantitative comparative

reconstruction, synergy, holistic paradigm, trichotomy, post-nonclassical linguistics, “new philology”.

У статті поставлено за мету дослідити теоретичні концепції та їх інтеграцію у процесі медієвістичної когнітивно-квантитативної зіставної реконструкції колірної ментальності у німецькому Середньовіччі.

Авторами статті відзначено, що при реконструкції менталітету цього періоду, який репрезентує частину культури, слід керуватися цілісним (голістичним) методом з використанням формалізовано-квантитативних методик, оскільки глибокий символізм пронизував життя людей у період німецького Середньовіччя на всіх його рівнях. Реконструкцію середньовічного колірного менталітету запропоновано проводити на трьох рівнях: 1) шляхом аналізу літературних пам'яток; 2) шляхом аналізу тих чи інших фрагментів мовної картини світу; 3) шляхом етимологічно-змістового аналізу слів.

У статті встановлено, що з метою дослідження менталітету як відображення культури варто обирати лише суттєві для всіх мовців лінгвокультурні категорії, а саме такі модулі як кольоропозначення. У статті відзначено, що і в текстах, і в словниках мовну картину світу репрезентовано словами і фразами, поєднані за семантикою в різночастиномовні лексико-фразеологічні поля. Авторами констатовано, що реконструкція охоплює такі мовні засоби, які належать до різних частин мови і на яких відобразилися як тогочасне синтагматичне мислення, так і його синкретичність.

Водночас у статті запропоновано розглядати голістичну парадигму як основу “нової філології”, що визначається як поєднання мовознавства та літературознавства, культурології, логіки, етнолінгвістики та психології. У перспективі комплексне вивчення давньоверхньонімецьких і середньовічних слів за цими принципами, а також із використанням формалізовано-квантитативних методик допоможе визначити не лише лінгвокультурні особливості, а й об'єктивно встановити мовну картину світу Середньовіччя на тлі його культури.

Ключові слова: медієвістика, колірна ментальність, когнітивно-квантитативна зіставна реконструкція, синергія, голістична парадигма, трихотомія, пост-некласична лінгвістика, “нова філологія”.

Вступ. Вивчення німецької літератури Середньовіччя саме по собі захоплює як цікавий детективний роман (*Bein, 2005, S. 11*), оскільки перед дослідником відкриваються різновіддалені в часовому відношенні пласти середньовічної культури, причинно-наслідкові відношення між якими слід реконструювати. Лише завдяки цьому перед дослідником як «своєрідне осяяння» постане цілісне розуміння феномена в межах відповідної культури. Ключовою опорою для такого дослідження, як правило, виступає соціально-комунікативна спрямованість середньовічних текстів, особливості та ступінь їх референційності (тобто наскільки тексти мають відношення до реальності як до об'єкту реконструкції). Це оптимально простежується за допомогою окремих, когнітивно значущих груп слів (у т.ч. прикметників кольору), що мають стати предметом детального кількісного лінгвокультурного аналізу.

Актуальність цієї наукової розвідки полягає в тому, що на сьогодні колірна ментальність Середньовіччя (зокрема, німецького), а також принципи її реконструкції та декодування ще не поставали предметом окремого дослідження в Україні. Відтак, новизна дослідження полягає у встановленні головних принципів медієвістичної когнітивно-квантитативної зіставної реконструкції колірної ментальності Середньовіччя; комплексне вивчення за цими принципами давньоверхньонімецьких і середньовічних текстів

допоможе визначити не лише лінгвокультурні особливості, а й об'єктивно встановити мовну картину світу німецького Середньовіччя.

Загалом історичне пізнання (яке охоплює також і мову) неминуче проявляє себе як діалог культур, причому для діалогу необхідні дві сторони – культура минулого і культура сучасна. Природно, ми бачимо культуру далекої епохи не такою, якою вона себе розуміла, і хоча нині важко відновити той її образ, ті барви, якими їх малювали сучасники – носії цієї культури, в сучасного дослідника є певні переваги перед ними: він здатний побачити те, що ті не могли бачити, бо їхня позиція самоспостереження була всередині цієї культурної сфери. Наша позиція – це позиція історика мови як стороннього спостерігача, що дає можливість іншого, нового бачення, недоступного для тих, хто належав до цієї культури, бо власні «мислительні структури» людей того часу могли ними ще й не усвідомлюватися (Гуревич, 1984, с. 8).

Головним завданням медієвістичної студії на пост-некласичному рівні розвитку лінгвістики постає встановлення домінантних принципів для відтворення лінгвокультурних категорій.

Метою нашого дослідження постає визначення теоретичних концепцій та їх інтеграції, доцільних у процесі медієвістичної когнітивно-квантитативної зіставної реконструкції колірної ментальності німецького Середньовіччя. Для реалізації цієї мети поставимо *наступні завдання*:

1) проаналізувати праці, присвячені дослідженню лінгвістичної системи наукових парадигм і, особливо, голістичної (цілісної) парадигми;

2) розглянути голістичну парадигму як основу «нової філології», визначеної як поєднання мовознавства та літературознавства, культурології, логіки, етнолінгвістики та психології;

3) встановити головні принципи когнітивно-квантитативної зіставної реконструкції колірної ментальності німецького Середньовіччя.

Методи дослідження. Основним при аналізі фактичного матеріалу обрано зіставний метод, який передбачає порівняння явищ однієї мови та культури, бо саме порівняння (зіставлення) сприяє виявленню загального і специфічного у світосприйнятті та світорозмінні мовної спільноти. Окрім того, при реконструкції менталітету періоду німецького Середньовіччя, що репрезентує частину культури, доцільно керуватися цілісним (голістичним) методом із використанням формалізовано-квантитативних методик.

Результати та обговорення.

Головні принципи як теоретичні концепції. Відправними для історико-мовного відтворення виступатимуть такі дефініції:

1. *Голістична наукова парадигма як спосіб комплексного вивчення та усвідомлення об'єктивної дійсності.* Методологію, як спосіб вивчення та усвідомлення об'єктивної дійсності відображено у лінгвістичній системі принципів – наукових парадигм (Т. Кун), тобто домінантних поглядів на мову. Альтернативою до загальнонаукових парадигм (феноменологічної (Платон, Аристотель; В. Гумбольдт; Г. Гегель; Е. Гуссерль, М. Гайдеггер; марксистської концепції), позитивістської (О. Конт, Г. Спенсер), раціоналістської (Р. Декарт, Р. Карнап, і Л. Вітгенштейн) та функціональної (І. Кант, Д. Дьюї, К. Попер та ін.)),

що відобразилися на лінгвістичних парадигмах (генетичній, структуралістичній, прагматичній та когнітивній), зараз утверджується загальнонаукова голістична тобто цілісна парадигма (Огуй, 2005; Селіванова, 2009). Її широко застосовують у сучасних точних науках. Таку парадигму має бути покладено в основу “нової філології” як поєднання мовознавства та літературознавства, культурології, логіки, етнолінгвістики та психології тощо.

2. *Синергія та визначення «параметрів порядку».* Мова як засіб комунікації – це цілісна система, що охоплює певні підсистеми, які перевищують їх сумарні властивості через синергічне поєднання (Бутов, 2008, с. 22). Синергія керується принципом взаємопов’язаності у дослідженнях взаємодії на межі різних наук, наприклад, лінгвістики, історії та психології, а також застосовує методи різних наук щодо дослідження лінгвокультурних категорій менталітету, тому, на наш погляд, їй також мають бути властиві трансдисциплінарні методи.

3. *Лінгвокультурологія як аспект дослідження.* На нашу думку, лінгвокультурологія спрямована головно на дослідження категорій культури, вираженої засобами певної мови.

4. *Загальний об’єкт: ментальність.* Ментальність (від лат. *mens* «думка», те, що стосується духу) належить до доміантного світогляду жителів тієї чи іншої епохи, а також норм поведінки відповідної соціальної групи та культури всієї нації. За істориком П. Дінцельбахером (Dinzelbacher, 2008), ментальність – це сукупність доміантних думок і почуттів колективу певної історичної епохи, що відображає ту чи іншу культуру. У нашому випадку такий колектив формують люди Середньовіччя і він виступає не більше, ніж абстракцією (Гуревич, 1984, с. 40), бо в тогочасному суспільному житті перебували різні типи людей. Зокрема, у ньому проживали такі верстви населення як феодала та селяни, клірики та миряни. Тому, враховуючи лінгвістичну специфіку пропонованої роботи, видається недоречним обирати колектив для дослідження менталітету як відображення культури. На нашу думку, варто досліджувати суттєві для всіх лінгвокультурні категорії, такі як, наприклад, кольоропозначення у мовній картині світу (термін Л. Вайсбергера).

5. *Простір і час: німецька мова та діалекти на різних етапах свого розвитку.* Менталітет здебільшого знаходить вираження через мову, яка зазнає постійного розвитку, а також перебуває під лінгвокультурним впливом сусідніх країн. Термін «давньоверхньонімецька мова» вживаємо, услід за Ш. Зондереггером (Sonderegger, 1979, S. 5), для позначення «епохи, часу між 750 та 1050 рр.», яка є «найстарішим письмово засвідченим етапом розвитку німецької мови, що з самого початку виявляється розділеною на різні говірки та діалекти»: верхньонімецькі – алеманський, баварський та східнофранкський діалекти; середньонімецькі – франкські; нижньонімецькі саксонські тощо. Загалом у давньоверхньонімецький період практично не було ніяких інших форм існування мови, окрім зазначених діалектів, ключову роль для яких у цей період відігравали верхньонімецькі. Більше того, і згодом – у *середньоверхньонімецький* період (1050–1350 рр.) – діалекти виступали основною формою існування мови.

На формуванні німецьких діалектів та німецької мови, що виникне згодом на їх основі, мали значний вплив і мови сусідніх держав, що належали до вищих на

той час рівнів, а саме *латинська* та *старофранцузька* (разом із *старопровансальською*). Зокрема, старофранцузька мова завдяки флуктуації нового атрактора (культу лицарства) спричинила збагачення середньовісньонімецької мови новою лексикою, а також семантичну зміну слів у запозичених літературних жанрах, зокрема, у перекладному романі 1140-х років.

Чергова флуктуація – зниження ролі лицарства в новому часі за рахунок утвердження вогнепальної зброї – привела до відкидання запозиченої лексики, а також до зміни її семантичного наповнення.

6. *Динамічність мови та діалектів*. Позаяк мова та її лексичний склад постійно функціонують, то внаслідок цього відбувається їх невинний розвиток. Тому медієвістика спрямована на плинне вивчення феноменів Середньовіччя, яке від 5 до 15 ст. н. е. перебувало у постійному розвитку, що вимагає відповідного врахування часу тієї чи іншої події, щоб уникнути анахронізмів, коли, наприклад, вояки Карла Великого (8 ст.), одягнуті в рицарські обладунки та з геральдичними знаками на щитах часів хрестових походів (12–13 ст.), користуються пороховою зброєю 14 ст. Колірні ужитки у словосполученнях 9 ст. не завжди ідентичні випадкам 15 ст.

7. *Часові аспекти в межах періодів*. Синхронію та діакронію зазвичай розглядають як антонімічні поняття, хоча деякі дослідники (Б. Задорожний, Г. Климов та ін.) від часів Празького лінгвістичного гуртка намагалися поєднати ці два аспекти.

Хоча, як правило, синхронію вважають статичною, а діакронію динамічною, на нашу думку, і синхронія, і діакронія динамічні, проте динамічність їх різнонаправлена (у тому числі і в діалектах, що «переливаються» один в один на суміжних просторах, готуючи виникнення єдиної мови).

Діакронію деякі дослідники трактують нині як *ближню*, обмежену одним поколінням, і *далеку*, необмежену в часі (Улуканов, 2003). Однак, через значну тривалість у часі та спричинені нею упродовж усього середньовісньонімецького періоду суттєві зміни певних підсистем мови (насамперед, лексичної) спонукали К.-П. Вегеру (Wegera, 2000, S. 1006) описати діакронію трьох століть. Тому, на нашу думку, в історико-мовних дослідженнях слід розглядати саме *середню* діакронію, яка обмежена пролонгованим відрізком часу. Саме тому виникає підстава стверджувати про куртуазну літературу «одного покоління»: 1183–1220 рр.; куртуазно-епігонську літературу «двох поколінь»: 1220–1280 рр. та бюргерську дидактичну літературу «трьох поколінь»: 1250–1350 рр.). Ці протиставлені часові аспекти урівноважуються панхронним (Огуй, 1998), що забезпечує змістову єдність різночасових компонентів груп, які виражають категорії культури. За результатами авторських досліджень, для кожного з цих історико-літературних жанрів властиві як різні набори структурно-композиційних елементів, так і специфічна лексика, схильна змінюватися в наступному жанрі.

8. *Середньовісна культура як всеохоплююча (над-)знакова система*. Середньовісна культура була цілісною (Гуревич, 1984, с. 27) системою, що значно перевищувала суму своїх компонентів. Вона охоплювала такі модулі, як

простір, час та число, а також і колір. Якщо не брати їх до уваги в науковому дослідженні, як такі, що формують основу світогляду, то неможливо адекватно реконструювати менталітет людей середньовічної епохи, їх культуру, літературу та мову. Це, безперечно, торкається і символізму, який був особливо притаманним Середньовіччю (Огуй, Івасюк, 2019, с. 188).

9. *БОГ як ключова парадигма середньовічної культури та ЦЕРКВА як засіб її реалізації.* Ідея Бога була вищою незаперечною істиною Середньовіччя, із якою співвідносилися всі уявлення тогочасного суспільства, а також усі його суспільні та культурні цінності, «кінцевий регулятив, принцип всієї картини світу епохи» (Гуревич, 1984, с. 19). Вчення мислителів були спрямовані на осягнення Бога – творця всього видимого й невидимого світу, що існує не сам по собі, а як засіб для пізнання Божого розуму (Гуревич, 1984, с. 25). Богослов'я стверджувало богонатхненність Святого Письма і заохочувало та привчало через службу Божу і проповіді з тлумаченнями (екзегези) Біблії до алегоричності мислення.

Католицька церква стає ключовою інституцією Середньовіччя, що не лише виховувала громадян, а й визначала і хрестові походи, і суспільне життя, і, в такий спосіб, соціальну лексику. Хрестові походи розширили світобачення, світогляд німців Середньовіччя їх контактами з культурою сходу.

Децентралізація влади відбувається через територіалізацію держав (Лисенко, 2011), унаслідок чого спостерігається як сходження, так і розходження функціонуючих діалектів.

10. *Реконструкція середньовічного менталітету.* Для відтворення німецького медієвістичного колірною менталітету доцільно застосовувати реконструкцію. Її слід проводити на трьох рівнях: 1) через аналіз літературних пам'яток; 2) через аналіз певних фрагментів мовної картини світу; 3) через етимологічно-змістовий аналіз слів. Наші дослідження (Огуй, 2002) дають змогу охарактеризувати перший рівень як змістово-подієвий шар; на другому рівні встановлюємо (із застосуванням кількісних показників) морально-ідеологічні установки попереднього суспільства; на третьому – глибинному рівні – проводиться семантико-етимологічний аналіз слів та кількісних характеристик утворених ними груп, що дає можливість визначити певні духовні цінності.

11. *Мовна-картина світу як напрям реконструкції.* Мовну картину світу представлено словами й фразами, поєднаними за семантикою у лексико-фразеологічні поля. Реконструкція залучає усі мовні засоби, що належать до різних частин мови, які відображають давнє синтагматичне мислення і його синкретичність. Усі ці мовні засоби (у складі відповідних лексико-семантичних груп (ЛСГ) входять (за спільною семантичною ознакою) в єдине лексико-фразеологічне, чи фразео-семантичне, поле.

12. *Кількісна презентація.* Видається доцільним, насамперед, відтворювати прикметники і особливо прикметники кольору, оскільки в літературних творах вони виконували номінативну, інформативну, емоційну, естетичну, символічну та інші функції. Кількість слововживань таких прикметників виявляє особливості світосприйняття у стародавні часи. Тому медієвістика має

поєднувати якісну та кількісну реконструкції, якщо не хоче залишатися на поверхні феноменів (*Altmann, 1972, S. 9*). Отже, кількісна репрезентація істотно поглиблює якісне спостереження. Внаслідок цього дослідження досягає цілісної істини.

13. Динаміка мовного знака / (над)знакових систем. Динаміка мови полягає у тому, що все, що виражено її засобами, постійно змінюється у часі. У сучасній лінгвістиці варіювання розглядають як фундаментальну властивість мови (*Беляевская, 1987*), що реалізується у системі взаємопов'язаних мовних знаків.

Мовний знак, за загальноприйнятим визначенням Ф. де Соссюра, звично розуміють як єдність плану змісту та плану вираження – позначуючого та позначеного (*signifiant et signifee*). В основі цього начебто сучасного розуміння лежать, однак, ще античні концепції Геракліта (544–483 рр. до н.е.), Платона (428–347 рр. до н.е.) та Арістотеля (384–322 рр. до н.е.), а також стоїків та гностиків. Ці античні міркування про поєднання означуючого та означеного (*signans et signatum*) було переосмислено у Середньовіччі через види суппозицій (лат. «домислювання») та класифікації знаків у середньовічних логіко-семіотичних підходах П. Іспанського (1210/20–1277 рр.), який став папою Іоанном ХХІ (1276–1277), Р. Луллія (1235–1315), Д. Скотта (1265–1308), Оккама (1280–1349), М. Кузанського (1400–1462) та ін. У Новий час античні та середньовічні традиції продовжили Ф. Бекон (1561–1626), який розглядав «реальні знаки», співвіднесені з предметом чи поняттям; Р. Декарт (1596–1650) та Т. Гоббс (1588–1679), що вирізняв штучні (конвенційні герби та мовні) та природні знаки; Д. Локк (1632–1704), за яким слова були «знаками ідей»; Г. В. Лейбніц (1646–1716); І. Кант (1724–1804); Г. В. Ф. Гегель (1770–1831) та ін. Як бачимо, Ф. де Соссюр фактично переніс у мовознавство логіко-семіотичний підхід, властивий для ранньої філософії, ґрунтуючись на давній концепції дихотомії (як поєднання форми та змісту). Однак, таке розуміння знака певною мірою спрощує зв'язок слів із оточуючою дійсністю, що зрозуміли свого часу Т. Гоббс та Дж. Локк, і виходить за межі дихотомії.

Динаміка має дві протилежні тенденції: з одного боку, тенденцію до єдиного лексичного інвентарю, необхідного для динаміки комунікації, а з іншого – до його постійних змін, необхідних для вираження позамовних змін (*Задорожний, 2000*).

14. Семантика і слово: динаміка функціонування. Мови часів Середньовіччя знаходилися під впливом латинської мови як мови середньовічної культури, що значною мірою спостерігається в семантиці слів, які функціонували в давньоверхньонімецькій та середньовічній німецькій. Слово, що відповідає мовному знаку, виступає трихотомічним поєднанням плану змісту (семантики), плану вираження і плану мовця, що співвідносить семантику з комунікативними потребами. Слово проявляє себе й через трихотомію відношень: синтагматичних зв'язків горизонтальних поєднань (див. сполучуваність та валентність; контекст та дистрибуцію); парадигматичних відношень чергування (таких, як належність до синонімічних, гіперонімо-гіпонімічних чи антономічних угруповань) та епідигматичних характеристик, що формують семантику слова.

На нашу думку, головним елементом опису синкретичної семантики Середньовіччя, яка лише розпочинає формуватися, постає семний комплекс,

виділений у словникових описах через відмінність семантики семиколоном (крапкою з комою), що, за результатами робіт О. Д. Огуя для синхронії (Мельник, Огуй, 2005), має шанси завдяки уживаності розвинутися в окрему семему.

15. *Кольори як індикатори якості та властивостей.* Кольори (згідно з середньовічними колірними алегоріями) виступають важливими, проте досить проблемними носіями додаткової інформації з різними можливостями полівалентного розуміння (Капніна, 2016; Капніна, 2019; Швець, 2019; Malloggi, 2020). Саме кольори, під впливом латинської мови як мови середньовічної культури, значною мірою визначали середньовічні будні та відігравали в текстах центральну роль. Барву предмета, передану в давньоверхньонімецькому чи середньовічному творі, не варто оцінювати лише як декоративний елемент, бо відповідне забарвлення (і не обов'язково геральдичне) досягало через алегорії більш значущої семантизації розповіді. Диференціювання кольорів у середньовічних текстах вказувало на певні особливості сприйняття, які ще необхідно розшифрувати.

Висновки. Позаяк глибокий символізм пронизував життя мовців німецького Середньовіччя на всіх його рівнях, то при реконструкції менталітету цього періоду, що репрезентує частину культури, слід керуватися цілісним (голістичним) підходом.

Щоб відтворити менталітет як засіб передачі культури, необхідно брати до уваги важливі для всіх верств населення лінгвокультурні категорії і, зокрема, кольоропозначення. Реконструкцію доцільно застосовувати для відтворення німецького медієвістичного колірної менталітету. Її слід проводити на трьох рівнях: 1) через аналіз літературних пам'яток; 2) через аналіз певних фрагментів мовної картини світу; 3) через етимологічно-змістовий аналіз слів.

Наші дослідження дають змогу охарактеризувати перший рівень як змістово-подієвий шар; на другому рівні встановлюємо (із застосуванням кількісних показників) морально-ідеологічні установки попереднього суспільства; на третьому – глибинному рівні – проводиться семантико-етимологічний аналіз слів та кількісних характеристик утворених ними груп, що дає можливість визначити певні духовні цінності.

У перспективі комплексне вивчення давньоверхньонімецьких і середньовічних текстів за запропонованими нами принципами із використанням формалізовано-квантитативних методик допоможе визначити не лише їх лінгвокультурні особливості, а й об'єктивно встановити мовну картину світу Середньовіччя на тлі його культури.

Список літератури

- Беляевская Е. Г. Семантика слова. Москва : Высшая школа, 1987. 128 с.
- Бутов В. Н. О некоторых проблемах синергетического анализа. *Вісник Запорізького національного університету*. №2. 2008. С. 19–23.
- Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. Москва : Искусство, 1984. 350 с.
- Задорожний Б. М. Актуальні проблеми загального та германського мовознавства. Львів : ЛНУ, 2000. 220 с.
- Капніна Г. І. Колір у відображенні мовної картини світу (на прикладі німецької мови). *Актуальні питання гуманітарних наук*. Дрогобич : Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2016. Вип. 15. С. 156–162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2016_15_20.

Капніна Г. І. Структурно-граматичні моделі фразеологічних одиниць з колоронімом "got" у німецькій мові. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка* : Філологічні науки. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2019. Вип. 48. С. 158–160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkrnu_fil_2019_48_38.

Лисейко Л. В. Характеристика історико-соціальних передумов функціонування середньовіснійнімецької мови. *Новітня філологія* : науковий журнал / ред. А. М. Науменко. Миколаїв : ЧДУ ім. П. Могили, 2011. С. 107–115.

Мельник Р. М., Огуй О. Д. Проблема виділення семних комплексів до епідигматичних характеристик прикметників зі значенням „старанний”. *Науковий вісник Чернівецького університету* : зб. наук. праць / наук. ред. В. В. Левицький. Чернівці : Рута, 2005. Вип. 267 : Германська філологія. С. 20–33.

Огуй О. Д. Полісемія в синхронії, діахронії та панхронії. Системно-квантитативні аспекти полісемії в німецькій мові та мовах Європи. Чернівці : Золоті литаври, 1998. 370 с.

Огуй О. Д. Реконструкція давнього світосприйняття в англосаксонському "Беовульфi" (Спроба кількісного підходу). *Науковий вісник Чернівецького університету*. Вип. 136 : Германська філологія. Чернівці : Рута, 2002. С. 37–44.

Огуй О. Д. Пошуки методологічної та методичної основи для нової філології. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2005. Вип. 2–3 : Гуманітарні науки : філологія. С. 145–152.

Огуй О. Д., Івасюк О. Я. Християнська символіка кольору в Середньовіччі в контексті нової концепції символу як гіперзнака. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент* : збірник наук праць. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2019. Т. 7. С. 188–210. DOI: <https://doi.org/10.31861/mediaforum.2019.7.188-210>.

Селіванова О. О. Лінгвометодологія – наукова парадигма – епістема. *Науковий вісник Чернівецького національного університету*. Слов'янська філологія. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2009. Вип. 475–477. С. 200–206.

Улуханов І. С. Некоторые вопросы теории исторического словообразования. *Проблемы теории и истории славянского словообразования* : VI Международная конференция комиссии по славянскому словообразованию, 2-6 марта 2003 г. : тезисы докладов. Минск, 2004. С. 11–21.

Швець Т. А. Колірна палітра мовної картини світу німецької народної казки. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Серія “Філологічні науки”. Мовознавство. Дрогобич : Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2019. № 11. С. 160–166. DOI: <https://doi.org/10.24919/2663-6042.11.2019.175439>.

Altmann G. Status und Ziele der quantitativen Linguistik. *Schriften zur Linguistik* / Hrsg. von S. Jäger. Braunschweig : Vieweg, 1972. S. 1–9.

Bein T. Germanistische Mediävistik. Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2005. 253 S.

Dinzelbacher P. (Hg.) Europäische Mentalitätsgeschichte: Hauptthemen in Einzeldarstellungen. Stuttgart : Alfred Kröner Verlag, 2008. 814 S.

Malloggi P. Kulturbedingte Symbolkraft von Farben am Beispiel von Gelb. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio N – Educatio Nova*. Lublin : Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, 2020. No 5. S. 473–486. DOI: <https://doi.org/10.17951/en.2020.5.473-486>.

Sonderegger S. Grundzüge deutscher Sprachgeschichte: Diachronie des Sprachsystems. Berlin; NY : W. de Gruyter, 1979. 353 S.

Wegera K.-P. Grundlagenprobleme einer mittelhochdeutschen Grammatik. *Sprachgeschichte: ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung* : In 2 Teilbänden / Hrsg. von W. Besch, A. Betten, O. Reichmann, S. Sonderegger. Tbd. 2. Berlin; NY : W. de Gruyter, 2000. S. 1304–1320.

References

Altmann, G. (1972). Status und Ziele der quantitativen Linguistik [Status and goals of quantitative linguistics]. In S. Jäger (Hg.), *Schriften zur Linguistik* (pp. 1–9). Braunschweig : Vieweg.

Bein, T. (2005). *Germanistische Mediävistik [German Medieval Studies]*. Berlin : Erich Schmidt Verlag.

Beljaevskaja, E. G. (1987). *Semantika slova* [The semantics of the word]. Moscow: Vysshaya shkola.

Butov, V. N. (2008). O nekotoryh problemah sinergeticheskogo analiza [About some problems of synergetic analysis]. *Visnik Zaporiz'kogo nacional'nogo universitetu*, 2, 19–23.

- Dinzelbacher, P. (2008). *Europäische Mentalitätsgeschichte: Hauptthemen in Einzeldarstellungen* [European history of mentality: main themes in individual presentations]. Stuttgart : Alfred Kröner Verlag.
- Gurevich, A. Ja. (1984). *Kategorii srednevekovoj kul'tury* [Categories of medieval culture]. Moscow: Iskustvo.
- Zadorozhnyi, B. M. (2000). *Aktualni problemy zahalnoho ta hermanskoho movoznavstva* [Topical problems of general and German linguistics]. Lviv: LNU.
- Kapnina, H. I. (2016). Kolir u vidobrazhenni movnoi kartyny svitu (na prykladi nimetskoi movy) [Color in the reflection of the linguistic picture of the world (on the example of the German language)]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 15, 156–162. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2016_15_20.
- Kapnina, H. I. (2019). Strukturno-hramatychni modeli frazeolohichnykh odynts z koloronimom "rot" u nimetskii movi [Structural and grammatical models of phraseological units with the coloronym "rot" in German]. *Naukovi pratsi Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka. Filolohichni nauky*, 48, 158–160. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkpnu_fil_2019_48_38.
- Lyseiko, L. V. (2011). Kharakterystyka istoryko-sotsialnykh peredumov funktsionuvannia serednoverkhonimetskoi movy [Characteristics of historical and social preconditions for the functioning of the Middle High German language]. In A. M. Naumenko (Ed.), *Novitnia filolohiia: naukovyi zhurnal*, 39, 72–83.
- Malloggi, P. (2020). Kulturbedingte Symbolkraft von Farben am Beispiel von Gelb [Culture-related symbolic power of colors on the example of yellow]. *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska, sectio N – Educatio Nova*, 5, 473–486. DOI: <https://doi.org/10.17951/en.2020.5.473-486>.
- Melnyk, R. M., Ohui, O. D. (2005). Problema vydilennia semnykh kompleksiv do epidymatychnykh kharakterystyk prykmetnykiv zi znachenniam „starannyi” [The problem of allocating seed complexes to the epidigmatic characteristics of adjectives with the meaning "diligent"]. In V. V. Levytskyi (Ed.), *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu: zb. nauk. prats*, 267: *Hermanska filolohiia*, 20–33.
- Ohui, O. D. (1998). *Polisemiia v synkhronii, diakhronii ta pankhronii. Systemno-kvantityatyvni aspekty polisemii v nimetskii movi ta movakh Yevropy* [Polysemy in synchrony, diachrony and panchrony. System-quantitative aspects of polysemy in German and European languages]. Chernivtsi: Zoloti lytavry.
- Ohui, O. D. (2002). Rekonstruktsiia davnoho svitospryiniattia v anhlosaksonskomu "Beovulfi" (Sproba kilkisnoho pidkhodu) [Reconstruction of the ancient worldview in the Anglo-Saxon "Beowulf" (An attempt of a quantitative approach)]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu*, 136: *Hermanska filolohiia*, 37–44.
- Ohui, O. D. (2005). Poshuky metodolohichnoi ta metodychnoi osnovy dlia novoi filolohii [Search for methodological and methodological basis for the new philology]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU*, 2–3 : *Humanitarni nauky : filolohiia*, 145–152.
- Ohui, O. D., & Ivasiuk, O. Ia. (2019). Khrystyianska symbolika koloru v Serednovichchi v konteksti novoi kontseptsii symvola yak hiperznaka [Christian symbolism of color in the Middle Ages in the context of a new concept of symbol as a hypermark]. *Mediaforum: analityka, prohnozy, informatsiinyi menedzhment: zbirnyk nauk prats*, 7, 188–210. <https://doi.org/10.31861/mediaforum.2019.7.188-210>.
- Shvets, T. A. (2019). Kolirna palitra movnoi kartyny svitu nimetskoi narodnoi kazky [Color palette of the language picture of the world of German folk tales]. *Naukovyi visnyk DDPU imeni I. Franka. Seriia "Filolohichni nauky". Movoznavstvo*, 11, 160–166. DOI: <https://doi.org/10.24919/2663-6042.11.2019.175439>.
- Selivanova, O. O. (2009). Linhvometodolohiia – naukova paradyhma – epistema [Linguomethodology – a scientific paradigm – an episteme]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho natsionalnoho universytetu. Slovianska filolohiia*, 475–477, 200–206.
- Sonderregger, S. (1979). *Grundzüge deutscher Sprachgeschichte: Diachronie des Sprachsystems* [Basics of the history of German language: Diachrony of the language system]. Berlin; NY : W. de Gruyter.
- Uluhanov, I. C. (2004). Nekotorye voprosy teorii istoricheskogo slovoobrazovanija. *Problemy teorii i istorii slavjanskogo slovoobrazovanija: VI Mezhdunarodnaja konferencija komissii po slavjanskomu slovoobrazovaniju (Minsk, 2-6 marta 2003 g.)*. (pp. 11–21). Minsk: VTAA Prava i ekonomika.
- Wegera K.-P. (2000). Grundlagenprobleme einer mittelhochdeutschen Grammatik [Basic problems of a Middle High German grammar]. In W. Besch, A. Betten, O. Reichmann, S. Sonderregger (Hg.), *Sprachgeschichte: ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung* (In 2 Teilbänden). (Tbd. 2, S. 1304–1320). Berlin; NY: W. de Gruyter.

**WAYS OF RENDERING HUMOROUS EFFECT IN THE TARGET TEXT
based on D. Nuhr's work «Das Geheimnis des perfekten Tages»**

**СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ
КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ОРИГІНАЛУ У ПЕРЕКЛАДІ
на матеріалі книги Д. Нура «Das Geheimnis des perfekten Tages»**

Лілія БУКРЕЄВА, Тетяна КОЗАК

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова

lilibuk@ukr.net, anton_kozak@ukr.net

ORCID ID 0000-0003-4568-6192

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.13-18>

The article studies humor in D. Nuhr's work «Das Geheimnis des perfekten Tages», the ways of its expression, as well as the specificity and variety of German humor. It highlights the main ways of rendering the humorous effect in the process of translation from German into Ukrainian.

Humor is a complicated and wide-spread phenomenon of our life, and, therefore, it is investigated in different branches of science. The cognitive abilities of a person enable them to comprehend and create the comic, and these abilities are based on memories, associations and comprehension of metameanings. Being a multifaceted category, humor cannot exist beyond a communicative situation created by a person, and, that is why discourse as a process of natural human communication has become an object of thorough research in the modern language studies. Verbal ways of making the humorous effect in the above-mentioned type of discourse are varied and the effect is produced by using these ways at different language levels. The most common means of producing comic and humorous effects in D. Nuhr's works are such stylistic devices as metaphor, metonymy, hyperbole, etc.

Dieter Nuhr is a representative of the German mentality, which is characterized by certain traits. These characteristic features include: pedantry, law obedience, excessive cleanliness and excessive frugality, which are ridiculed in the works of Dieter Nuhr. The author's irony is a difficult subject for linguistic study, as it is one of the types of the comic category and it is represented by a large number of stylistic means and objects of ridicule, for decoding which the researcher needs to have not only background knowledge, but also good orientation in modern German discourse. A linguocultural study of German humor based on the texts of Dieter Nuhr is carried out with the aim of developing ways of interpreting it for representatives of foreign cultures.

Key words: humor, types of humor, humorous effect rendering in the target text, translation transformations.

Метою даної статті є визначення способів адекватного відтворення гумору в перекладі. У статті розглядається гумор у творі Дітера Нура «Das Geheimnis des perfekten Tages» («Таємниця успішного дня») та способи його вираження. Описуються способи відтворення комічного ефекту в перекладі з німецької мови українською. Актуальність даного дослідження полягає у вивченні механізмів створення комічного ефекту в сучасному німецькому дискурсі. Гумор утворюється внаслідок концептуальної варіативності лексичних значень, неоднозначності деяких синтаксичних конструкцій, полісемії, ідіоматичності. Ці особливості мови дають змогу сприймати висловлення, неправильні з точки зору формальної логіки, як лінгвістично правильні, що і сприяє ірраціональному та парадоксальному мисленню генерувати гумор. У гумористичних текстах яскраво виражена етнокультурна та етнопсихологічна специфіка: у них відображені піддані переоцінці пріоритети та орієнтації, культурні установки та стереотипи, типові для ментальності даної країни. Тому здатність

розуміти гумор ґрунтується не лише на особистих якостях читача, але й на знанні певних ціннісних орієнтирів, прийнятих у цій культурі.

Для досягнення адекватної реакції у свого отримувача доцільно визначити, яким способом автором була створена та чи інша комічна ситуація в оригіналі. Улюбленими стилістичними прийомами Дітера Нура, що створюють комічний ефект, є: парадокс, абсурд, гіпербола, зевґма, порівняння, персоніфікація, порушення причинно-наслідкового зв'язку, трюїзм, наслідування стилю інструкції, створення анахронізму. Використані Дітером Нуром стилістичні прийоми, які створюють комічний ефект, не становлять складнощів для перекладу. Складнішим є відтворення етнокультурних реалій. Відтворити в перекладі гумор у цьому випадку можна лише шляхом створення еквівалентного образу, зрозумілого носіям іншої мовної культури.

Ключові слова: гумор, види гумору, сучасний німецький дискурс, відтворення комічного ефекту в перекладі, перекладацькі трансформації.

Вступ. Гумористичний вид мислення, так само як і художнє мислення, існує завдяки тому, що людський інтелект функціонує не лише на основі формалізованих логіко-математичних знакових систем, але й на основі семантичної багатозначності елементів коду, яким є природна мова. Гумор утворюється внаслідок концептуальної варіативності лексичних значень, неоднозначності деяких синтаксичних конструкцій, полісемії, ідиоматичності. Ці особливості мови дають змогу сприймати висловлення, неправильні з точки зору формальної логіки, як лінгвістично правильні, що і сприяє ірраціональному та парадоксальному мисленню генерувати гумор (*Кулинич, 2000, с. 4*).

З точки зору теорії комунікації гумор є фактом специфічної мовленнєвої поведінки в конкретному мовному соціумі, що полягає у створенні комунікативної ситуації, яка піддає переосмисленню ціннісні орієнтири даного культурного співтовариства. В гумористичних текстах яскраво виражена етнокультурна та етнопсихологічна специфіка: у них відображені піддані переоцінці пріоритети та орієнтації, культурні установки та стереотипи, типові для ментальності даної країни. Тому здатність розуміти гумор ґрунтується не лише на індивідуальних особливостях слухача/читача, але й на знанні певних ціннісних орієнтирів, прийнятих у даній культурі.

Метою даної статті є визначення способів адекватного відтворення в перекладі гумору на матеріалі книги «Das Geheimnis des perfekten Tages» («Таємниця успішного дня») відомого німецького сатирика Дітера Нура.

Актуальність розвідки полягає у загальній спрямованості сучасних перекладацьких досліджень на вияв способів репрезентації специфіки етнокультурних кодів і просторів загалом та доцільності вивчення механізмів створення комічного ефекту в сучасному німецькому дискурсі зокрема.

Методи дослідження. Вивчення механізмів створення комічного ефекту в сучасному німецькому дискурсі і можливих способів його еквівалентного відтворення для реципієнтів іншого мовного та культурного середовища здійснюється шляхом *компаративного аналізу*.

Результати та обговорення. Лінгво-культурологічне дослідження німецького гумору дає змогу визначити способи його тлумачення для представників іншого культурного соціуму. Протягом 20 століття через обставини, що склалися, за німцями в Європі закріпилися деякі стереотипи

відносно ментальних рис їх характеру. Вважається, що німці працьовиті, законослухняні, бережливі, але при цьому вкрай економні, занадто педантичні, і цілком позбавлені почуття гумору. Ця упередженість призводить до того, що ні англієць, ані француз ніколи не цікавиться німецьким гумором. А середньостатистичний німець набагато краще знайомий з іноземними гумористами, ніж представники інших національностей з німецьким гумором, який набагато кращий, ніж слава про нього (Poschardt, 2016). Німці гумор розуміють та сприймають, проте їх гумор не знаходить свого реципієнта за межами країни. Мабуть, на таке невтішне та несправедливе уявлення про німецький гумор впливає відсутність його адекватного перекладу іншими мовами.

Виступи популярного німецького сатирика, актора та шоумена Дітера Нура користуються величезною популярністю у мешканців Німеччини, у телепрограм за його участю найвищі рейтинги, його книги миттєво розкуповуються. Він майстерно володіє німецькою літературною мовою, легко поєднуючи високий стиль з просторіччями та іншомовними словами. Провідною рисою гумору в книзі «Das Geheimnis des perfekten Tages» Д. Нура є іронія – глузування, замасковане під зовні благовидною формою. Для створення комічного ефекту він використовує різні стилістичні засоби, залучаючи читача до мовної гри, яка проявляється в ошуканому очікуванні.

Нижче розглядаються засоби створення автором комічного ефекту в оригіналі, варіант еквівалентного перекладу та види перекладацьких трансформацій, що дають змогу створити комічний ефект у перекладі.

Текст оригіналу	Текст перекладу	Перекладацькі трансформації
1. Der Mensch ist zu vielen großen Taten fähig, aber was er wirklich perfekt beherrscht, ist <u>das Liegen</u> (Nuhr, 2015, c. 16). Парадокс	Людина здібна на великі вчинки, але що вона справді вміє робити досконало, так це <u>лежати на дивані</u> .	конкретизація
2. Chemie ist etwas sehr <u>Natürliches</u> (Nuhr, 2015, c. 88). Парадокс	Якщо корисні копалини – це <u>природа</u> , то тоді хімія – це дещо цілком <u>природне</u> .	конкретизація гра слів
3. <u>Türkgücü hat verloren, 0:5 gegen Grafendorf</u> . Die Torschützen des FC Grafendorf lauten: Uhmud, Üzgür, Swereladse, Jawlicek und Ösütgür. Der Name des Schiedsrichters war Heinz Schmidt. Er hatte einen schweren Stand (Nuhr, 2015, c. 118). Парадокс	<u>Турецький</u> клуб Тюркгючю програв <u>німецькому</u> Графендорфу з рахунком 0:5. Автори голів ФК Графендорф: Ухмуд, Юзгюр, Свереладзе, Явличек та Йосютгюр. А арбітра звали Хайнц Шмідт. Він був у скрутному становищі.	конкретизація
4. Das Glück sitzt oft da, wo man es am wenigstens vermutet, teilweise sogar in unseren <u>Behörden</u> (Nuhr, 2015, c. 181). Парадокс	Щастя існує іноді десь там, де його менш за все очікуєш, іноді навіть у наших <u>бюрократичних закладах</u> .	конкретизація

<p>5. Die Lernenden arbeiten bis tief in die Nacht, um sich leisten zu können, was man zum Leben am dringendsten braucht, ein iPhone, Wodka und <u>ordentlich was zu rauchen</u>, bevorzugt aus Afghanistan (Nuhr, 2015, с. 278). Парадокс</p>	<p>Студенти працюють допізна, щоб дозволити собі те, що більш за все потрібно для життя: мобільку, горілку та <u>міцну травичку</u>, бажано з Афганістану.</p>	<p>заміна частини мови</p>
<p>6. Ich dusche, also <u>bin</u> ich (Nuhr, 2015, с. 31). Алюзія на відомий афоризм Декарта + іронія над традиційною німецькою охайністю</p>	<p>Я приймаю душ, <u>отже я існую</u>.</p>	<p>збереження форми афоризму, що вже існує в перекладі</p>
<p>7. Wenn man älter wird, stellt sich im Bekanntenkreis immer häufiger die Frage: <u>Begraben oder Brandbestattung?</u> (Nuhr, 2015, с. 22). Абсурдне питання</p>	<p>У колі моїх знайомих з віком все частіше людина ставить собі питання: <u>піддати себе після смерті кремації або дати себе закопати</u>.</p>	<p>логічний розвиток поняття</p>
<p>8. Hitler hat sich im Führerbunker vielleicht nur deshalb erschossen, weil er die Rechnung für die Auslandstelefonate <u>seit 1939</u> erhalten hatte (Nuhr, 2015, с. 20). Гіпербола</p>	<p>Мабуть Гітлер тільки тому застрелився у бункері, що отримав платіжку за міжнародні телефонні розмови <u>за 6 років</u>.</p>	<p>конкретизація</p>
<p>9. Der positive Mensch ist nämlich <u>im Rahmen der Evolution</u> ausgestorben. Nur die Misanthropen und Paranoiker überlebten. Heute <u>arbeiten</u> sie als Journalisten (Nuhr, 2015, с. 75). Гіпербола</p>	<p>Оптимісти геть усі повмирали <u>в процесі еволюції</u>... Вижили тільки мізантропи та параноїки. Тепер їх <u>називають</u> журналістами.</p>	<p>використання сталого виразу генералізація</p>
<p>10. Normalerweise <u>schlafe</u> ich wie ein Stein, <u>wie ein Baby</u>, <u>eine Leiche</u> oder ein <u>Regierungsrat im Verkehrsdezernat</u> (Nuhr, 2015, с. 8). Зевзма</p>	<p>Зазвичай я <u>сплю як немовля</u>, <u>сплю як убитий</u>, або як <u>чиновник на засіданні міськради</u>.</p>	<p>використання сталого виразу + еквівалент іншого культурного середовища</p>
<p>11. Ich trinke in Maßen. Mir wird viel <u>zu schnell</u> schlecht, <u>als dass ich mich abfüllen könnte</u> (Nuhr, 2015, с. 56). Порушення причинно-наслідкового зв'язку</p>	<p>Я вмю пити, я знаю міру, бо мені стає погано <u>ще задовго до того, як я сп'янію</u>.</p>	<p>конкретизація</p>
<p>12. Ich <u>bin</u> mit Alkohol und Religionen <u>vorsichtig</u> (Nuhr, 2015, с. 57). Приховане порівняння</p>	<p>Я <u>тримаюсь подалі від</u> алкоголю та релігій.</p>	<p>використання сталого виразу</p>
<p>13. Das Rezept ist einfach: <u>Man wirft das Ei</u> in die Pfanne. Fertig. Mein Küchentipp: <u>Ich</u> entferne vorher die Schalen. Es schmeckt dann geschmeidiger (Nuhr, 2015, с. 59). Трюїзм + наслідування стилю інструкції</p>	<p>Рецепт простий: <u>кидаймо яйця</u> на пательню. <u>І все</u> готово. <u>Але</u> моя <u>вам</u> порада: перед тим викидайте шкаралупу. Буде ніжніше на смак.</p>	<p>введення додаткових лексем</p>
<p>14. Schokolade ist Geistesnahrung, legt sich aber <u>nachts zum Ruhen auf die Hüften!</u> (Nuhr, 2015, с. 65). Персоніфікація</p>	<p>Шоколад – це їжа для мозку, але <u>спати</u> він укладається <u>на сідниці</u>.</p>	<p>компресія</p>

<p>15. Ich würde lange Gewänder tragen und barfuß laufen, um das <i>Jesusartige</i> meiner Existenz auch in <i>Outfit und Lifestyle</i> zu offenbaren (Nuhr, 2015, с. 125). Контраст сучасних англiцизмiв з бiблiйною темою</p>	<p>Я носив би довге вбрання i ходив би, як Исус босонiж, щоб додати моєму iснуванню щось <i>божественне</i> в <i>Аутфiтi та Лайфстайлi</i>.</p>	<p>вiдтворення iншомовних слiв (транскрипцiя)</p>
--	---	--

Використані Дітером Нуром стилістичні прийоми, які створюють комічний ефект, не становлять складнощів для перекладу. Складнішим є відтворення етнокультурних реалій. Так, у прикладі 3 пояснити смисл парадоксу для читача перекладу можна лише шляхом введення лексем, які відсутні в оригіналі, тобто шляхом конкретизації: *турецький клуб* програв *німецькому клубу*. Комічний ефект полягає в тому, що прізвища «німецьких» футболістів свідчать про їх турецьке походження. Дослівний переклад у прикладі 4 *Щастя iснує... у закладах* не створює комічного ефекту. Парадокс у перекладі виникає лише за рахунок конкретизації лексеми *Behörden* – *у наших бюрократичних закладах*. У прикладі 7 абсурдність питання, яке ставиться самому собі про власне майбутнє поховання, стає зрозумілою в перекладі лише в результаті логічного розвитку поняття.

Лексеми *Begraben* (закопування) та *Brandbestattung* (кремація) створюють при перекладі іронію лише тоді, коли набувають додаткових смислових компонентів: *дозволити себе після смерті піддати кремації та дати себе закопати* (Казакова, 2001, с. 281). Комізм ситуації в прикладі 10 створює зевгма. Початкові елементи перелічення – *schlafe, wie ein Baby, wie eine Leiche* – легко піддаються перекладу, оскільки в українській мові є аналогічні сталі вирази – *сплю як немовля, сплю як убитий*. Але останній елемент перелічення, що створює в оригіналі комічний ефект – *Regierungsrat im Verkehrsdezernat* перекладається буквально як *урядовий радник у підрозділі, який займається транспортом*. Відтворити в перекладі гумор у цьому випадку можна лише шляхом компресії та створення еквівалентного образу, зрозумілого носіям іншої мовної культури – *чиновник, який спить на засіданнях міськради*. У прикладі 15 комізм ситуації побудований на часовому контрасті. Певну складність для перекладу становить собою оказіоналізм *das Jesusartige*. Для створення контрасту з сучасними англiцизмами – *Аутфит* та *Лайфстайл* вбачається можливим як варіант перекладу оказіоналізму запропонувати варіант – *щось божественне*, оскільки в цьому уривку виразно спостерігається алюзія на біблійну тему.

Висновки. Таким чином, для досягнення адекватної реакції у свого отримувача доцільно визначити, яким способом автором була створена та чи інша комічна ситуація в оригіналі. Улюбленими стилістичними прийомами Дітера Нура, що створюють комічний ефект, є: *парадокс, абсурд, гіпербола, зевгма, порівняння, персоніфікація, порушення причинно-наслідкового зв'язку, трюїзм, наслідування стилю інструкції, створення анахронізму*.

Наступним етапом формування адекватного тексту перекладу є пошук у мові перекладу еквіваленту, який створює аналогічний комічний ефект та

викликає аналогічну реакцію у носія іншої мовної культури. З цією метою були запропоновані варіанти перекладу, які включають наступні перекладацькі трансформації: *конкретизація, гра слів, заміна частин мови, введення додаткової лексеми, логічний розвиток поняття, використання сталого виразу, генералізація, компресія, введення додаткових лексем, транскрипція, створення еквіваленту іншого культурного середовища*. Подальше вивчення способів відтворення комічного ефекту оригіналу в перекладі даватиме змогу визначити загальний рівень функціональної тотожності художнього перекладу з його оригіналом.

Список літератури

Кулинич М. А. Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора : автореф. дисс. ... докт. культуролог. н. ; специальность : 24.00.04 – прикладная культурология. М. : Московский пед. гос. ун-т, 2000. 37 с.

Poschardt U. Der deutsche Witz wird grandios unterschätzt. *Welt*. 2016. URL: <http://www.erudit.org/revue/meta/1989/v43/n1/003459ar.pdf>.

Казакова Т. А. Практические основы перевода. СПб. : Союз, 2001. 320 с.

Nuhr D. Das Geheimnis des perfekten Tages. Bastei Lübbe AG, Köln. 2015. 307 S.

References

Kulinich, M. A. (2000). *Semantika, struktura i pragmatika angloyazychnogo yumora* [Semantics, structure and pragmatics of English humor]. Abstract of Doctor's degree dissertation. Moscow.

Poschardt, U. (2016). Der deutsche Witz wird grandios unterschätzt [The german joke is terribly underestimated]. *Welt*, available at: <http://www.erudit.org/revue/meta/1989/v43/n1/003459ar.pdf>.

Kazakowa, T. A. (2001). *Prakticheskiye osnovy perevoda* [Practical fundamentals of translation]. Saint Petersburg: Soyuz.

Nuhr, D. (2015). *Das Geheimnis des perfekten Tages* [The secret of the perfect day]. Bastei Lübbe AG, Köln.

УДК 811.111'42:[664:659.1]

THE MENTAL RESOURCE OF MODERN ENGLISH GASTRONOMIC ADVERTISING DISCOURSE МЕНТАЛЬНИЙ РЕСУРС СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ГАСТРОНОМІЧНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Тетяна ГАФУ, Ірина ОСОВСЬКА

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

t.gafu@chnu.edu.ua, i.osovska@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-4951-178X, ORCID ID 0000-0002-8109-658X

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.18-34>

The article presents the results of the study and comparison of the mental resource of two types of modern English gastronomic discourse – modern gastronomic advertising discourse and modern gastronomic advertising aesthetic discourse. The basic constituents of the conceptual systems of modern English gastronomic advertising and aesthetic discourses – discourse concepts-autochthons, as well as system connections between them, are statistically verified with the help of quantitative methods in linguistics. The reproduction of the established features of the concept systems in cognitive maps has allowed to reveal common and distinctive features in understanding gastronomic advertising discourse by various representatives of the English community – statistically average

consumers and aesthete-gourmets. In particular, it was found that the frame of the conceptual systems is 49 autochthons for the MEGAD and 48 for the MEGAAD, which captures the main mental dominant for the cognitive-communicative activity of the modern English average consumer and aesthete-gourmet in the gastronomic segment of life. Thus, water and drinks, pastries, sweets and dairy products, fast food, preservation (freezing and preserving) of products, food for animals, healthy eating, taste and sensation, nutrition, brand and price of a product are significant for the average English-speaking consumer. Instead, MEGAAD has an actualized knowledge of the dish as an aesthetic creature with special ingredients, consumed in special time and temporal conditions, is prepared in a special way, creates special sensations, is useful, has a special nutritional value, dietary properties and is presented in the blog – a special section with a theme, describing the author's experiences, his feelings and emotions, first of all aesthetic pleasure.

Key words: discourse; gastronomic discourse; advertising discourse; aesthetic discourse.

У статті викладені результати дослідження та порівняння ментального ресурсу двох видів сучасної англомовної гастрономічної дискурсивної практики – гастрономічного рекламного (САГРД) та естетичного (САГРЕД) дискурсів. Встановлено та за допомогою лінгвоквантитативних методів статистично верифіковано основні складові концептосистем – дискурсотвірні концепти-автохтони, а також системні зв'язки між ними. Відтворення встановлених особливостей концептосистем у когнітивних картах дозволило виявити спільні та відмінні риси в осмисленні гастрономічного рекламного дискурсу різними представниками англомовної спільноти – середньостатистичними споживачами та естетами-гурманами. Зокрема встановлено, що каркас концептосистем складають 49 (для САГРД) та 48 (для САГРЕД) автохтонів, які фіксують основні ментальні домінанти для когнітивно-комунікативної діяльності сучасного англомовного середньостатистичного споживача та естетичного гурмана у гастрономічному сегменті життєдіяльності. Так, значущими для англомовного середньостатистичного споживача є вода та напої, випічка, солодощі та молочні продукти, фаст фуд, збереження (замороження та консервування) продуктів, їжа для тварин, здорове харчування, смак та відчуття, поживність, бренд та ціна продукту. Натомість у САГРЕД актуалізується знання про страву як естетичний витвір з особливими інгредієнтами, що споживається в особливих часових та темпоральних умовах, готується в особливий спосіб, викликає особливі відчуття, є корисним, має особливу поживність, дієтичні властивості та презентується у блозі – особливій рубриці з темою, викладенням досвіду автора, його почуттів та емоцій, насамперед естетичної насолоди.

Ключові слова: дискурс, англомовний дискурс, гастрономічний дискурс, рекламний дискурс, естетичний дискурс, автохтон, міжавтохтонні зв'язки.

Introduction. Human behavior in a multifaceted socially communicative interaction is diverse, but organized, structured and typified. It corresponds to certain schemes and scenarios, formed in its consciousness as a result of social experience. The choice of the subject, the words, the intonation, the gesture, the method and the nature of the meaning explication is caused by the established order, a certain degree of normativity which is provided by the society through authoritative samples, beliefs, sanctions. The notion of the world, received not through a direct reflection of reality but as a result of its categorical classification, becomes the product of discourse as a form of social behavior that serves the representation of the social world – knowledge and social relations.

From the above, it becomes obvious that discourse gets the status of a key category of human existence that “embeds” its socially cognitive practice in the texts of culture, turning its life into a kind of “a patchwork of thoughts, words, objects, events, actions, and interpretations in Discourses” (*Gee 1990*). The variety of

discursive practices in various areas of social life determines the need for their inventory, categorization and systematization.

In the diversity of “discourse” interpretations the modern discourse study considers the most relevant awareness of it as: “communication of people, considered from the point of view of belonging to this or that social group or with respect to this or that typical speech-behavioral situation” (*Karasyk 2000*); “situationally determined intersubjective mental and speech activity, aimed at mutual orientation in the living space on the basis of providing the linguistic form of semiotic significance” (*Martynyuk 2012*); “the complex of thinking and speech actions of communicants associated with cognition, comprehension and presentation of the world by the speaker and comprehension of the speaker’s linguistic picture of the world by the listener” (*Batsevych 2004*). It follows from the above mentioned that discourse in the sense of discursive practice of the ethnic community can be considered as a model of behavior, defined by examples of speech activity in a particular social sphere. One of these areas is gastronomy.

“Tell me what you eat and I will tell you what you are”. This famous aphorism by Jean Anthelme Brillat-Savarin shows the connection between food and identity. Food, as well as processes associated with it, receives “a range of roles, meanings and functions according to the context and situation” (*Perry 2017*). It has been a subject of linguistics for a long time. Until recently, gastronomy was considered within the limits of lexicology on the material of verbs to denote the processes of preparation and consumption of food (*K. M. Duliyeva*), gastronomic metaphors and idioms (*N. N. Katsunova*). Linguistic conceptualism focuses on the analysis of the concept of “food” (*O. H. Savelieva, E. N. Anderson*). Discourse study, summarizing the previous experience, identified the “culinary discourse” (*Rossato 2009*), “gastronomic discourse” (*Berghe 2010*) as the object of the study, recognizing it as one of the most important components of the culture of the people, “a special kind of communication related to the state of food resources and the processes of their processing and consumption” (*Olyanych 2003*). Discourse scientists focused on the analysis of the content of gastronomic discourse, its semiotics, participants, functions and features (*Berghe 2010, Golovnitskaya 2007, Olyanych 2003, Rossato 2009, Zemskova 2009*). Gastronomic Discourse (GD) has become one of discursive practices, a system that reflects the peculiarities of national culture, has a social and gender specificity, and is a special type of communication that uses some professionally oriented features, terminology, formulated expressions and special morphological and syntactic structures (*Stoianova 2013*).

One of the important genres that gives access to the analysis of modern GD is gastronomic advertising (*O. V. Anopin, V. I. Okhrimenko, O. Y. Tkachuk-Miroshnichenko*), which, being the quintessence of gastronomic and mass information discourses, forms special subdiscourse – Gastronomic Advertising Discourse (GAD) – “a complex of methods, ways and tools for influencing the society in terms of the formation of tastes, preferences, way of being, in the global sense – the formation of a picture of the world” (*Olyanych 2003*). This definition draws us to the assumption that the awareness of the gastronomic segment of the picture of the world of modern English-speaking consumers can be realized through the analysis of modern English-language gastronomic advertising.

It should be emphasized that today in linguistics there is no single interpretation of advertising discourse. The main purpose of advertising as a specific kind of communication is by all possible means to influence the pragmatic sphere of consumers – to intensify the interest of the addressee and to create favorable conditions for securing the advertising discourse in the mind of the recipient (*Tkachuk 2016*). In some studies, the term “advertising discourse” is replaced by the term “advertising text”, based on the fact that the text as a static education is a removed and fixed fragment of the discourse, its codification, but when decoding the text to the addressee, the text appears as a dynamic entity and therefore becomes a discourse (*Martynyuk 2012*). We regard the gastronomic advertising discourse as the multidimensional formation at the intersection of the spaces of gastronomic and advertising discourses, which is a collection of thinking and speech activities related to knowledge, comprehension, presentation and perception of the gastronomic segment of the picture of the world by modern English consumer.

It is noticed that the notion of aesthetic information is one of the important features of advertising. In the context of GD, it can be argued that the “aesthetic demonstration” of the gastronomic text that details actions concerning the product – the decoration of dishes, a special way of serving it etc., is one of the most important manifestations of the presentation function (*Zemskova 2009*). The “aesthetics advertising text”, which refers to the basic principles and patterns of the aesthetic component of advertising in the context of modern culture is much more important, as it provides the aesthetic analysis of advertising as a type of mass art. Research in the field of advertising aesthetics in general and gastronomy in particular is conducted in relation to certain forms of sensory and intellectual experience, which actualizes the importance of advertising messages for a person. Analyzing the materials of recent years, we found that the emergence and constant growth of the number of GD samples with hypertrophied meanings and expressions of the aesthetics of the ad text, hardly fitting the typical gastronomic advertising discursive practice, where the advertising text prompts the consumer to buy the advertised product. The above suggests the existence of a subtype of GAD – an aesthetic one oriented to gourmet. Gastronomic advertising aesthetic discourse (GAAD) is considered to be an independent discursive phenomenon within the gastronomic advertising discourse, thinking and speech interaction of gourmet / aesthetes in the processes of preparation, representation and consumption of food.

Based on a clear understanding of the direct connection between language and thinking, human consciousness, categorization, memory, and other cognitive functions, the task of linguistic analysis of discursive practice within the cognitive approach is regarded as the reconstruction of its mental foundation, because in the process of speech it is the language means, that help man to explain his own mental models, in which his knowledge of the surrounding world is preserved (*Viehöver & Keller 2013*).

Since the focus of discourse is centered on the consciousness and development of the human world of life, each discursive practice is distinguished by the nature of its mental-information space and forms its conceptual system – a system of concepts in the consciousness of man or collective consciousness of an ethnic group which is reproduced in the form of structured and ordered knowledge of the world, reality and

results of internal reflexive experience (*Selivanova 2008*).

The attempt to reconstruct the conceptual spaces of modern English gastronomic advertising discourse (MEGAD) and modern English gastronomic advertising aesthetic discourse (MEGAAD) will enable us to establish and compare the main roots of mental resources, to identify common and distinctive features in understanding gastronomic advertising discourse by various representatives of the English community – statistically average consumers and aesthete-gourmets.

Methods and research material. Thus, the purpose of the paper is to reconstruct and represent the MEGAD and MEGAAD conceptual systems represented by the plurality of specific discourse concepts and interconceptual connections that can be illustrated in their cognitive maps, which schematically reproduce the national and aesthetic picture of the modern English consumer in the gastronomic segment. Texts of modern English-language gastronomic advertising, presented in the Internet resources (banners, text blocks of supermarkets, mini-sites) served as the key source for the study of MEGAD, while the gastronomic Internet texts taken from the social network Instagram, which differ from the set of advertising texts with a special expressiveness of specific aesthetic constituent served as the key source for MEGAAD.

The theoretical and methodological basis of the research consists in the idea that mental resource of a certain discursive practice is a specific conceptual system that can be reconstructed by applying a cognitive mapping technique. Related to the GAD its application may result in cognitive maps of its varieties – MEGAD and MEGAAD, which present the process of preferring use of mental units and are specific "information portraits".

The attempts of scientists to represent complex mental processes are reflected in the suggestion of various types of structures, such as interpretation frames and cognitive maps. The latter, though differently understood by the researchers (N. K. Kravchenko, O. Selivanova, R. Akselrod, E. C. Tolman), but being aimed mainly at representing the global picture of the communicants' programs, represent the mental frames of discursive practices of the linguistic-cultural community and reveal the established way of comprehending a certain segment of its members' activities.

The creation of complete presentation of the GAD concept system, reflected in the cognitive map, requires the determination of its "skeleton" – the autochthon concepts and the partial outline of the corpus of GAD allochthons as discursive variables. At that, the adequate methodological approach was to defining the synthesis of *conceptual analysis*, corpus linguistics techniques and *linguoquantitative methods*. This enables to observe the complete mental representation of the GAD as a conceptual system in a statistically verifiable conceptual structure.

Modeling the MEGAD and MEGAAD cognitive maps includes several stages: 1) defining basic situational formers that outline the communicative frame as a MEGAD and MEGAAD situational "skeleton"; 2) determining the MEGAD and MEGAAD allochthons as a general complex of possible information elements; 3) determining autochthons as regular elements of MEGAD and MEGAAD through the procedures of statistical verification of actual; 4) finding quantitatively significant dependencies (subordination, consequence, causation, and interconnection) of autochthons, that show the interconceptual correlation within the MEGAD and MEGAAD.

Stage 1 is substantiated by the fact that the actualization of the GAD semantic space is provided by an adequate situational framework. Due to anthropocentricity, the deictic characteristics of the dialogue discourse and understanding of the action transformations as a continuum of “causal chains”, from which the consciousness of the interpreter “pulls out separate links” (*Croft 1991*), this situational framework can be outlined by the main formers presenting the participants – statistically average consumers and aesthete-gourmets, – the global strategic objectives and the spatiotemporal localization of the GAD communicative act. The latter is the basis of the situational predictability of the GAD, represented by the locus of the penitentiary institution and the time parameters of interaction, characterizing the localization of the gastronomic communicative action in relation to the repeating periods of human life.

Stage 2 requires additional explanation. The lexicosemantic space is based on the structural representation of the categorical potential in each representative unit in the framework of the field system and is, in a certain way, a scheme of the paradigmatic organization of lexemes, which in a certain language are the conventional nominators of a certain categorical meaning. In this perspective, the lexical-semantic space can be regarded as a combination of means for verbal interpretation of a certain conceptual space whose nuclear component is compared with a verbal unit capable of activating the given concept in the consciousness of the language native speaker. Considering such units, the objectivators of concepts, one can detect the concepts that are regularly or occasionally represented in MEGAD and MEGAAD.

Conceptual analysis of the GAD enables to define it as an open discourse, which has a certain ability to borrow concepts that are inherently characteristic of other discourses, which, obviously, is explained by the specification of different types of knowledge of various perspectives of human and linguistic existence of personality in it.

The holistic theory as a methodological basis of modern cognitive linguistics combines the formats of the presentation of the semantic and the conceptual, considering language as the main means of categorization and conceptualization of the world, an open cognitive system that interacts with general mental capabilities. Cognitive structures are deep thought-based entities, the discovery of which can only be done through the study of meanings of the language units (*Tukaeva 2009*), because “the lexical meaning is a concept activated by the word in thought” (*Zhabotynska 2013*). The word used by a person is the “flash” of information, – both the nominator of a certain notion or meaning, and an element of knowledge of the language native speaker in the context of his national mentality, social, psychological, gender, and worldview characteristics.

Without calling into question the statement that the concepts are segmented by conceptual, figurative and value cognitive features, we believe that the real GAD text gives an opportunity to examine, first of all, the conceptual side, in which the fixedness of the concepts is determined by certain verbal means, the set of which forms the concepts expression plan. Any mental formation is constantly in the relations and dependences, and therefore the determination of the algorithm for the exteriorization of concepts in the space of the text enables not only to implement their profile, but also to construct the concept system of MEGAD and MEGAAD.

The verbal implementation of concepts leads to the need of identifying their

actualizers (known as objectivators, explicators, nominants, verbalizers, conceptual qualifiers, etc.) – verbal units that provide the conceptual basis of the GAD types, despite the fact that communicative and pragmatic parameters for defining qualifying senses of the lingual units are quite subjective both from the side of the communicants, and from the perspective of the researcher. The actualizers of concepts can be presented either explicitly or implicitly, and “any particular actualizer of the concept – a word, a phraseological unit, a syntagma, etc., – is not an isolated unit, but a part of the general system of actualizers, which can be represented in the form of an associative semantic field” (Bobkova 2007). Explication of concepts in the form of a system of actualizers is performed by a speaker, who builds a chain of proposals, objectifying the concept.

The laws of logic and causal links lose their explanatory power, as soon as the weak implicational structures occur in the text – for example, metaphorical nominations containing a significant emotional component. The solution of the problem of the implicit meanings categorization, if there is no alternative, requires the *introspective analysis*, which enables to distinguish discursively significant meanings of certain language means.

Consequently, in order to isolate the constants of the concept system of GAD types, an inventory of the GD texts was made, the objectivators of concepts were detected, the classification of which into the semantic domains allowed defining the matrix of concepts as the basic beams of meaning within the GAD.

Since only the repetition of particular verbals can indicate a certain relevance and regularity, it seems appropriate to use the elements of statistical analysis enabling to determine the statistical significance of a) domain presentation in the MEGAD and MEGAAD texts, and b) certain concepts in the selected domains at *Stage 3* of the study to give the status of MEGAD and MEGAAD autochthons to certain concepts from other fields. Selected lexemes as linguistic signs, fixed to the subjects of cognition and by relations between them, represent elementary meanings in the consciousness; the names of domains formed – generalized concepts that semantically combine all the elements of a group that, through their presentation in the gastronomic interaction, indicate the points of meanings condensation.

The need to distinguish between natural and random phenomena causes applying *quantitative analysis*. Verification of data using the techniques of *calculating the χ^2 -criterion* and *contingency coefficient K* allows to select the main meaning dominants, categorial units of the basis of its concept system from the set of fixed allochthons – conceptual variables presenting atypical knowledge quanta, regular autochthons of MEGAD and MEGAAD concept system – by determining the correspondences between the frequency distributions of concept actualizers of a certain domain in the MEGAD and MEGAAD texts and specific concepts in statistically significant domains.

The traditional study of the fullness of conceptual structures is based, as a rule, on the definition of the frequency of lexemes that designate certain elements or nominal characteristics of the concept. However, quantitative techniques, in particular, one of the basic methods for verifying hypotheses in linguistics – the chi-square (χ^2) criterion, enable to determine the existence of correspondences or discrepancies between distributions of frequencies of the quantities under observation (Levitskiy 2012), actually verifying their regularity of this discursive environment. The most widely used

formula for calculating the χ^2 criterion is $\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$, where O – actually observed values, E – theoretically estimated ones, Σ – the total amount.

The relation between the features is confirmed by the χ^2 index, which is larger than the critical value, and its degree is determined by Chuprov mutual contingency

coefficient K (Levitskiy 2012) by the formula $K = \sqrt{\frac{\chi^2}{N\sqrt{(r-1)(c-1)}}$, where N is the total number of observations, r is the number of lines in the table, c is the number of columns.

The values of the mutual contingency coefficient can be from 0 to +1, while the significance is determined in correspondence with the value of χ^2 .

Exceeding the value of χ^2 testifies to the prevalence of the empirical use of the domain over the theoretical expectations, confirming its selective character and, consequently, its importance for the MEGAD and MEGAAD.

The similar procedure determines the value of χ^2 for all allochthons actualizers within each of the distinguished domains. As a result of such calculations, the most significant concepts for each of the predefined statistically significant domains are determined in the MEGAD and MEGAAD text. The detected concepts are autochthons of MEGAD and MEGAAD.

However, this result is not the final stage of the study of the MEGAD and MEGAAD conceptual structure, since only “the analysis of the concepts connectivity, [...] enables to construct the picture of the world that is characteristic of everyday consciousness” (Cherneyko 2001). Before starting this phase of the study (Stage 4), some explanation should be provided. Thinking of the connectivity motivation by semantic properties, the cognitivity of relations between the objects of reality and the closeness of placing in the text the words related in meaning (Vdovychenko 2008), lead to the assumption that consideration of their co-occurrence, “neighbourhood” in the MEGAD and MEGAAD text may reproduce a fragment of the linguistic picture the world, on the background of which the concept space of MEGAD and MEGAAD is realized. The determination of the pairs of autochthons, among which there is a statistically verified relation is logical for this representation. This relation can be detected using the *correlation analysis*, which states the correlation (statistical) dependence characteristic of linguistic phenomena and, in our case, allows detecting the GAD autochthons in the text fragments, the actualizers of which are observed in co-occurrence.

The simple linear Pearson correlation (r) assumes that, as the values of some feature increase, the value of another one either increases or decreases in a certain order. If the values of both features are characterized by the increase, then a positive correlation is stated, but if it is characterized by a reverse relationship, there is a negative correlation. Correlation coefficient values can range from +1 to –1, indicating the degree of relation between the phenomena: the closer the value approaches zero, the lower the dependence; the sign in this case denotes the nature of the relation (Tuldava 1987). To calculate the correlation coefficient, we use the formula:

$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}$ where r is the coefficient of linear correlation, Σ is the sum of the obtained values, x_i is the value of the first feature, y_i is the value of the second feature,

\bar{x} – the average value of the first feature, \bar{y} – the average value for the second feature.

Avoidance of random variables is ensured by determining the number of degrees of freedom – the number of independent values that participate in the formation of a particular parameter. This indicator for correlation analysis is determined by the formula $df = (r - 1)(c - 1)$ where r is the number of lines in the table, c is the number of columns.

The critical values of the correlation coefficient for a different index of degrees of freedom df and different levels of significance P are fixed in special tables (*Perebyinis 2001*). Using the level of significance, the validity of the results obtained is determined, as well as the percentage of cases, in which an error is possible (95% validity corresponds to the significance level $P = 0.05$, 99% validity – $P = 0.01$). If the obtained result corresponds to the significance level of 0.05 to 0.01, then the values obtained are considered statistically significant.

Statistically significant pairs of autochthons indicate certain dependencies in the mental space of the German married/cohabiting couple, but do not explain it. Having detected the conceptual correlation, we turn to the qualitative *logical semantic analysis* and to the phenomenon of cognitive inference, which enable to explain it. The meaning, modeled by interactants in the process of communication, does not exist in nature in its finished form due to its essence – simulation of the configurative features of the constituents, mobility and melting into the context, can only be established through the analysis of a particular semantic environment. The latter also enables the discourse modeling on the basis of the combinatory properties of its conceptual dominant. The specific collocability of the concept system elements depends on the combinatory power of the cognitive-semantic parameters, as well as on the discursive intentions of the speakers. An adequate interpretation of meaning of the expression / complex of expressions is performed through cognitive operations for obtaining deductive knowledge – inference (*Hrais 1985*).

According to the mentioned above decoding of discourse-making meanings represented in text fragments, in which the verbalizers of statistically relevant conceptual configurations of autochthons are recorded, should be performed on the basis of the analysis of each separate sentence / dialogical unity through fixation of both the conventional meanings of language forms, and decoding the implicatures – deductive knowledge gained due to formally logic deductive communication. The introspection method borrowed from psychology, which presupposes observation of the researcher over himself, his own perception of the environment, his own experience, is indispensable for such an approach (*Komarova 2013*).

The analysis of utterances / dialogical unities, performed according to the above defined principles, enables to assert that the palette of inter-concept correlation is confined to four main types of relations – inclusion, consequence, causation, and mutual exclusion. These relations are based on the logical regularities symbolically designated by the schemes “X includes / implies Y” (ϵ), “Y follows X” (\rightarrow), “X causes Y” (\Rightarrow), “X or Y” (\leftrightarrow).

Having explained in the above described way the social intragroup structure of thinking of the GAD participants on the basis of texts produced by them, one can identify the common elements in the structure of thinking that integrate MEGAD and MEGAAD within the network – the concepts as cementing elements and their

correlations in the national consciousness. All the information obtained results in the cognitive map – schematically presented information archive as “the way of representing a person’s mental image of the surrounding world; a schematic image of a fragment of the world picture” (Yesipovych 2013).

Results and discussions. COGNITIVE MAP OF MODERN ENGLISH GASTRONOMIC ADVERTISING DISCOURSE. The statistical analysis allowed us to reveal 49 concepts of MEGAD in 14 most significant domains (Author 2017) (in the parentheses the values of χ^2 and Chuprov’s T are given). Domain “food” includes the following concepts-autochthones MEAT ($\chi^2=52,43$ / $K=0,09$), DAIRY FOOD ($\chi^2=32,57$ / $K=0,07$), VEGETABLE ($\chi^2=17,34$ / $K=0,06$), TINNED FOOD ($\chi^2=16,51$ / $K=0,05$), FRUIT ($\chi^2=14,45$ / $K=0,05$), FROZEN FOOD ($\chi^2=13,93$ / $K=0,04$), SEAFOOD AND FISH ($\chi^2=9,22$ / $K=0,04$); domain “dish” – SNACK ($\chi^2=25,32$ / $K=0,06$), BAKERY/CANDY ($\chi^2=10,06$ / $K=0,04$), PASTA ($\chi^2=4,09$ / $K=0,04$); domain “baby food” includes only one meaningful concept BRAND ($\chi^2=16,43$ / $K=0,05$). Domain “beverage” includes autochthones WATER ($\chi^2=53,43$ / $K=0,09$), SOFT DRINK ($\chi^2=35,56$ / $K=0,07$), COFFEE ($\chi^2=29,50$ / $K=0,06$), BEER ($\chi^2=23,32$ / $K=0,05$), WINE ($\chi^2=19,99$ / $K=0,05$), JUICE ($\chi^2=14,36$ / $K=0,05$), TEA ($\chi^2=10,20$ / $K=0,04$), ENERGY DRINK ($\chi^2=9,42$ / $K=0,04$), SMOOTHIE ($\chi^2=4,85$ / $K=0,03$), MILK ($\chi^2=4,41$ / $K=0,03$). Domain “food quality” includes autochthones NUTRITION ($\chi^2=325,43$ / $K=0,32$), DIET ($\chi^2=47,64$ / $K=0,08$), HEALTH FOOD ($\chi^2=27,23$ / $K=0,06$), TYPE ($\chi^2=12,02$ / $K=0,04$), AGE ($\chi^2=4,12$ / $K=0,03$). Domain “cooking process” includes two significant concepts – RECIPE ($\chi^2=45,44$ / $K=0,08$), INGREDIENT ($\chi^2=15,32$ / $K=0,05$). In the domain of “food additive” we fix the significance of concepts SAUCE ($\chi^2=12,75$ / $K=0,04$) and SPICE ($\chi^2=4,49$ / $K=0,03$). Domain “taste” includes concepts FLAVOUR ($\chi^2=18,31$ / $K=0,05$) and TASTE ($\chi^2=6,42$ / $K=0,03$), in the domain “meal” concepts MEAL ($\chi^2=18,32$ / $K=0,05$), TRADITIONAL MEAL ($\chi^2=12,30$ / $K=0,04$), OUTDOOR MEAL ($\chi^2=4,77$ / $K=0,04$) are significant. In the domain “origin” we fix the concepts CUISINE ($\chi^2=8,31$ / $K=0,06$) and COUNTRY ($\chi^2=4,77$ / $K=0,04$). In the domain “brand” we capture the activity of the concepts FAST FOOD ($\chi^2=31,68$ / $K=0,07$), BABY FOOD ($\chi^2=27,68$ / $K=0,06$), SOFT DRINK ($\chi^2=14,75$ / $K=0,05$), COFFEE ($\chi^2=13,95$ / $K=0,04$), DAIRY PRODUCT ($\chi^2=13,75$ / $K=0,05$); BAKERY ($\chi^2=13,04$ / $K=0,05$), PET FOOD ($\chi^2=8,54$ / $K=0,04$); in the domain “pet food” – concepts CAT FOOD ($\chi^2=8,18$ / $K=0,04$), DOG FOOD ($\chi^2=4,84$ / $K=0,03$). From the domain “fast food” we distinguish concepts INGREDIENT ($\chi^2=10,02$ / $K=0,04$), BRAND ($\chi^2=6,70$ / $K=0,03$). In the domain “price” there is only one significant concept – OFFER ($\chi^2=16,02$ / $K=0,04$).

The number of degrees of freedom in our case is $49 - 2 = 47$. At $df = 47$, the least significant correlation coefficient is equal to 0.28 ($P = 0.05$) or 0.37 ($P = 0.01$) (Levitskiy 2012). The given statistical axioms suggest that the value of the correlation coefficient greater than 0.37 indicates to a strong correlation between the investigated elements, the value between 0.28 and 0.37 is characteristic of a medium correlation, while the values smaller than 0.28 characterize the elements with insignificant relation. After calculating by the above described method, we fixed such strong conceptual relations in the MEGAD: DAIRY PRODUCT – NUTRITION (0,58), WINE – COUNTRY (0,84), BRAND – BEER (0,76), FAST FOOD – BRAND (0,83),

INGREDIENT – BAKERY/CANDY (0,65), BAKERY/CANDY – TASTE (0,42),
INGREDIENT – JUICE (0,50), BRAND – COFFEE (0,93), SOFT DRINK – DIET
(0,82), WATER – NUTRITION (0,76), BABY FOOD – AGE (0,53), BABY FOOD –
NUTRITION (0,67), BRAND – PET FOOD (0,39).

The following relations are fixed in the closest discourse contexts:

- subordinate (subordination, implications):

a) on the background of hyper-hyponymic relations in the domain, for example:

BRAND ∈ PET FOOD (*Our delicious FELIX. As Good As It Looks Adult Cat Ocean Feasts in Jelly include the mouth-watering tastes and textures of cod, plaice, salmon and tuna*); SEAFOOD AND FISH ∈ FROZEN FOOD (*A frosted mix of cooked mussel meat, raw peeled king prawns and raw squid rings.*); BRAND ∈ COFFEE (*Sit back, enjoy a break and live the real Italian taste experience with Prontissimol Cappuccino Cremoso*);

b) on the background of intradomain conceptual correlation: MEAL ∈ SNACK (*Follow this helpful recipe to make your next movie night with friends a hit. Gather your fellow movie-lovers and enjoy one of your favorite films with the classic big cheese snack, cheez-it*); SOFT DRINK ∈ DIET (*Sparkling Low Calorie Soft Drink with Vegetable Extracts with Sweeteners. A carbonated no added sugar lemon flavoured soft drink with sweeteners. Contains naturally occurring sugars*); BRAND ∈ BEER (*Staropramen is a traditional Czech pilsner, brewed with passion using the finest ingredients including premium Czech hops.*); PET FOOD ∈ INGREDIENT (*Butcher's is a complete and nutritious pet food for adult dogs. A clean bowl every time! Fit as a butcher's dog. Complete & balanced. All-natural meaty goodness. Free from wheat gluten*); BABY FOOD ∈ INGREDIENT (*Hipp Apple Puree Mixed with Rice. Organic. Ideal first food. No added sugar – contains naturally occurring sugars. Gluten free*); PRICE ∈ FOOD (*Subway offers a selection of footlong sub sandwiches for \$4.99. That's \$1 under last January's footlong offer, although that was good on all sandwiches. You can choose black forest ham, meatball marinara, spicy Italian, cold cut combo, or veggie delite*); BRAND ∈ FOOD (*Philadelphia cream cheese, because it can't be replaced with anything else when it comes to making a cheesecake*); NUTRITION ∈ FOOD (*Wendy's New Spinach Chicken Salad. If this doesn't get you to eat more spinach nothing will. Fresh romaine with baby spinach, chopped egg and bacon, plus tender whole chicken breast fillet and a delicious sweet and sour bacon dressing with only 2,5 grams of fat. Enjoy*); BABY FOOD ∈ NUTRITION (*No added sugar – contains only naturally occurring sugars. No added salt. No artificial colours or flavours. What's Inside? Contains organic fruits and vegetables blended together with ancient grains with nothing added, not even sugar or salt*); BABY FOOD ∈ AGE (*Fortified muesli with oats, plum and apple for babies from 10 months. With our tailored blend of ingredients. Varied texture. Natural wholegrains. Just add milk*);

- coordination: FAST FOOD = BRAND (*McDonald's Corporation is the world's largest chain of hamburger fast food restaurants, serving around 64 million customers daily in 119 countries*); HEALTH FOOD = NUTRITION (*Eat like you mean it. Say no to preservatives. And believe in naturally nutritious nutrition bars*) (*Kind bars – particularly the Nuts & Spices line – are some of the best options available across the board. This one is packed with healthy omega-3 fatty acids and vitamin E thanks to the*

almonds, peanuts, cashews, and walnuts); RECIPE = INGREDIENT (*Chocolate and buttermilk sponge, layered with salted caramel buttercream and decorated with dark chocolate*); WATER = NUTRITION (*Carbonated spring water. Sparkling spring water. Drawn from organic land. Good shopping guide – ethical company. Our natural water is drawn from the Ochil Hills, Perthshire, from land certified organic by The Soil Association. Feel full of the joys with refreshing spring water that's as pure as can be*); TEA = TRADITIONAL MEAL (*English Breakfast 50 Tea Bags Foil sealed for freshness. Golden & well rounded. What does it taste like? It's a tea with a lot of body and a light finish.*); TEA = TYPE (*Pure Green A pure, easy-to-drink green tea that does not compromise on taste or quality. Specially blended to create a cup that is fresh, smooth and fragrant. This tea will help you feel healthy and light*);

- consecution: INGREDIENT → JUICE (*Smooth orange juice from concentrate, refreshing and 1 of your 5 a day. It's because our orange juice is squeezed from hand-picked oranges that it's so very, very juicy and very, very refreshing.*); DAIRY PRODUCT → NUTRITION (*From cows who enjoy an organic diet on farms with high welfare standards. Good Food – Semi-skimmed organic milk, sourced from West Country farms who work to high standards of animal welfare, quality and care for the environment. Good Farming – Organic farming promotes high animal welfare standards and encourages animals to forage and graze as nature intended*); WINE → COUNTRY (*Gently bubbly with delicate crisp apple and grapefruit flavours, this special selection classic Italian fizz from Veneto makes a refreshing apéritif. Italia is one of our best-selling Italian wines and Prosecco one of our fastest-growing sparkling wines*); SMOOTHIE → HEALTH FOOD (*A pasteurised blend of apple, pineapple and lime juices with apple, pear, kiwi, kale and fennel purées. Tasty and healthy and no added sugar or water!*); TEA → COUNTRY (*What makes this tea different? We only use high-grown Ceylon in our English Breakfast for the full depth of flavour*); ENERGY DRINK → BRAND (*Energy drink. Red Bull Energy Drinks 8 can multipack. Red Bull Energy Drink is a functional beverage providing wings whenever you need them*);

- causation: INGREDIENT => SAUCE (*Tomato sauce for lasagne. Serves 5. 100% natural ingredients. Bellissimo! Suitable for vegetarians. 1 portion = 1 of your 5 a day recommended intake of fruit and vegetables, as advised by nutritionists*); INGREDIENT => SMOOTHIE (*Strawberry Raspberry & Banana Smoothie!*); INGREDIENT => BAKERY/CANDY (*Milk chocolate with fruit flavour jellies (6%), sugar coated cocoa candies (6%), and popping candy (4%). Suitable for vegetarians.*); BAKERY/CANDY => TASTE (*Deliciously creamy Cadbury milk chocolate with jellies, popping candy and candy shells. Made with a Glass and a Half of fresh milk.*); TRADITIONAL MEAL => MEAT (*Dreams come true. Buy a bird similar to a chicken, but larger, with sweet potatoes or yams, and cranberries jelly*); DAIRY PRODUCT => FLAVOUR (*Activia strawberry yogurts. Yogurt with Fruit Exclusive bio live yogurt cultures. Suitable for vegetarians*); JUICE => NUTRITION (*This juice is a source of Vitamin C which contributes to the normal function of the immune system. Enjoy as part of a healthy lifestyle, very nutritious and balanced diet. PS Eat your greens*); TEA => FLAVOUR (*Cranberry & Raspberry – A Herbal Infusion with Cranberry & Raspberry Flavours. Mango & Strawberry*).

All fixed autochthons and significant relations between them are fixed in a

cognitive map. Figure 1 presents the cognitive map of the MEGAD.

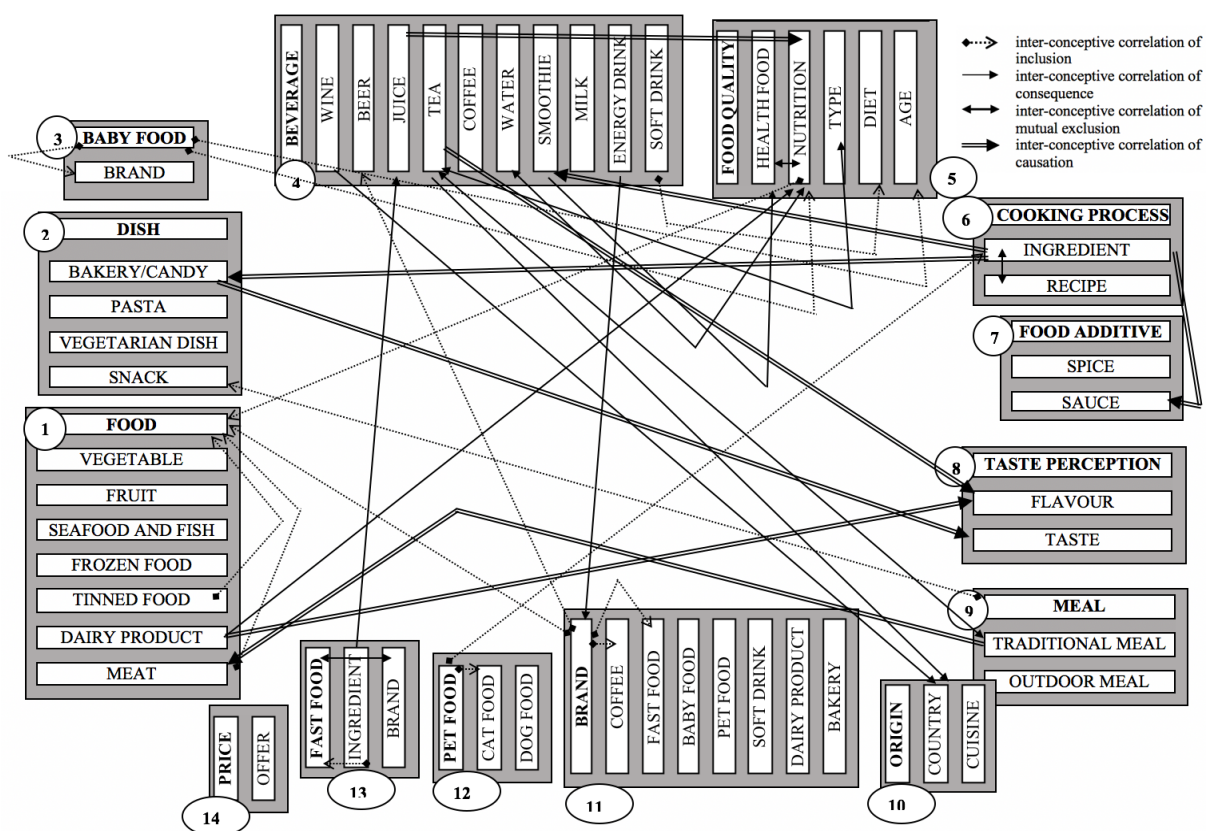


Figure 1. Cognitive map of the MEGAD

Cognitive map of modern English gastronomic advertising aesthetic discourse. Within the framework of MEGAAD we fix the significance of the concepts from the following 15 basic functional domains (*Author 2018*).

Domain “food” includes the following autochthones: VEGETABLE ($\chi^2 = 80,32/ K = 0,11$), FRUIT ($\chi^2 = 107,71/ K = 0,13$), SEAFOOD ($\chi^2 = 71,55/ K = 0,10$), MEAT ($\chi^2 = 95,14/ K = 0,12$), DAIRY FOOD ($\chi^2 = 70,11/ K = 0,10$). From the domain “dish” the significance is demonstrated by concepts PASTA ($\chi^2 = 83,44/ K = 0,11$), VEGETARIAN DISH ($\chi^2 = 81,09/ K = 0,11$), SNACK ($\chi^2 = 73,55/ K = 0,10$), MEAT DISH ($\chi^2 = 111,09/ K = 0,13$), INGREDIENT ($\chi^2 = 99,87/ K = 0,12$). Domain “beverage” is represented by concepts SOFT DRINK ($\chi^2 = 102,22/ K = 0,13$), SMOOTHIE ($\chi^2 = 230,87/ K = 0,25$), ALCOHOLIC DRINK ($\chi^2 = 90,11/ K = 0,12$), TEA ($\chi^2 = 83,07/ K = 0,11$), COFFEE ($\chi^2 = 85,88/ K = 0,11$), domain “food quality” by the concepts FORM ($\chi^2 = 70,77/ K = 0,10$) and FLAVOUR ($\chi^2 = 85,35/ K = 0,11$), domain “cooking process” by the concepts FOOD PROCESSING ($\chi^2 = 83,34/ K = 0,11$), RECIPE ($\chi^2 = 112,63/ K = 0,14$), INSTRUCTION ($\chi^2 = 77,21/ K = 0,11$). From the domain “food additive” SAUCE ($\chi^2 = 70,12/ K = 0,10$), SPICE ($\chi^2 = 83,87/ K = 0,11$), TASTE ($\chi^2 = 93,37/ K = 0,12$), SMELL ($\chi^2 = 73,71/ K = 0,10$) are significant, from the domain “meal” – concepts BREAKFAST ($\chi^2 = 96,92/ K = 0,12$), LUNCH ($\chi^2 = 75,52/ K = 0,10$), DINNER ($\chi^2 = 91,33/ K = 0,12$), from the domain “origin” – concepts CUISINE ($\chi^2 = 103,87/ K = 0,13$), COUNTRY ($\chi^2 = 99,78/ K = 0,12$). High statistical coefficients are shown in the domain “brand” by the concepts – COFFEE ($\chi^2 = 345,85/ K = 0,33$), SWEET ($\chi^2 = 95,14/ K = 0,12$), SOFT DRINK ($\chi^2 = 85,31/ K = 0,11$); in the domain “restaurant” – concepts CAFÉ ($\chi^2 = 83,88/ K = 0,11$), RESTAURANT

($\chi^2 = 94,25 / K = 0,12$), FAST FOOD ($\chi^2 = 115,66 / K = 0,14$), BAR ($\chi^2 = 84,21 / K = 0,11$); in the domain “blog” – concepts EXPERIENCE ($\chi^2 = 333,01 / K = 0,31$), BLOGGER ($\chi^2 = 87,96 / K = 0,11$), TOPIC ($\chi^2 = 123,14 / K = 0,15$); in the domain “health food” – concepts NUTRITION ($\chi^2 = 277,33 / K = 0,27$), DIET ($\chi^2 = 142,33 / K = 0,15$), VEGETARIAN FOOD ($\chi^2 = 94,73 / K = 0,12$); in the domain “to go” – concepts COFFEE ($\chi^2 = 74,27 / K = 0,10$), DISH ($\chi^2 = 88,31 / K = 0,11$), DRINK ($\chi^2 = 101,65 / K = 0,13$); in the domain “feelings and emotions” – concepts SATISFACTION ($\chi^2 = 99,11 / K = 0,12$), HAPPINESS ($\chi^2 = 323,87 / K = 0,32$); in the domain “human activity” – concepts OUTDOOR MEAL ($\chi^2 = 123,12 / K = 0,15$) and TRADITIONAL MEAL ($\chi^2 = 98,36 / K = 0,12$).

The given statistical axioms (at $df = 42$, the least significant correlation coefficient is equal to 0.30 ($P = 0.05$) or 0.39 ($P = 0.01$)) suggest that the value of the correlation coefficient greater than 0.39 indicates a strong correlation between the investigated elements.

After calculating by the above described method, we fixed such strong conceptual relations in the MEGAAD: RECIPE – INGREDIENT ($r = 0,94$), EXPERIENCE – SATISFACTION ($r = 0,85$), BREAKFAST – NUTRITION ($r = 0,57$), TRADITIONAL MEAL – TEA ($r = 0,64$), TOPIC – RECIPE ($r = 0,49$), OUTDOOR MEAL – DISH ($r = 0,63$), SATISFACTION – DISH ($r = 0,83$), DIET – RECIPE ($r = 0,77$).

The following relations are fixed in the closest discourse contexts:

- subordinate (subordination, implications):

a) on the background of intradomain conceptual correlation, for example: SMELL \in TASTE (*I love the richness in this dish from the 6 hour-braised ragu, not to mention it's fork-tender texture and hearty smell complemented by the creamy, fresh taste of the 'ricotta di pecora'*); COUNTRY \in CUISINE (*Chili Chicken done right at Caribbean Cove*); NUTRITION \in DIET (*Happy Monday! Now I have a diet! Starting things off with half of a small asparagus, tomato, onion, and Parmesan frittata with roasted sweet potatoes and avocado slices.*)

b) on the background of intradomain conceptual correlation:

- coordination: FLAVOUR = SOFT DRINK (*Coca Cola Peach Flavour is available exclusively in Japan. Tastes pretty good*); CAFÉ = COFFEE (*Starbucks and a lovely catch up with my bae drinking our fav mocha*); TEA = TRADITIONAL MEAL (*Every girl dream of a proper tea party. High tea at Claridges makes you feel like a princess*); RECIPE = INGREDIENT (*Meal Prep Monday. Salad with sweet potato fries. Ingredients: 2 small heads or boxes of pre-washed red leaf lettuce cleaned and torn. 1 box pre-cut or 2 medium sweet potatoes cleaned and cut. 1 large sweet onion. 2 cans or 3 cups cooked kidney beans. 1/3 cup chia seeds*); SMOOTHIE = INGREDIENT (*Day #3 Hot and Healthy smoothie challenge. Perfect fast breakfast on the go. Cashews, almond milk, banana, baby spinach, chia seeds, cinnamon and raw cacao*);

- consecution: DINNER \rightarrow RESTAURANT (*My personal preference is seafood and vegetables, so it is rare that a meat course is the highlight of the dinner meal for me. But something as simple as a pork chop with different mushrooms simply blew me away. Thanks restaurant @ignaciomattos*); INSTRUCTION \rightarrow INGREDIENT (*Combine 1 can @wildplanetfoods tuna + 2T seedy whole grain*

mustard (we use @traderjoes) + 3T chopped fresh parsley + juice of 1/2 lemon + 1tsp garlic powder + 1/2 tsp onion powder + 1 tsp nutritional yeast (optional) + 1tsp tahini (optional) + halved baby heirloom tomatoes and pitted olives to taste (also optional) + salt and cracked pepper...Enjoy the rest of your Sunday!! Xoxo);
 OUTDOOR MEAL → DISH (Weekend catch up @creelcoffeehouse lots of healthy eating options so no need to ditch the clean living while you're eating out!);
 TOPIC → DIET (Happy Monday! Now I have a diet! Follow my every day recipes);
 TOPIC → RECIPE (Wishing you a berrylicious morning with my BLUEBERRY PORRIDGE with lots of nuts, berries and cashew butter on top I just mixed in some blueberries and they colored my oatmeal so pretty. If you want to remake it, just use my basic oatmeal recipe and add some blueberries – that's it & You can find the direct recipe link in my bio!);

- causation: HAPPINESS => BREAKFAST (Happy Saturday! Started my day with the quickest of breakfasts, but it seriously hit-the-spot! The cheese pulls though (in my stories — I'm sorry, but there are just some things milked almonds and cashews cannot do — two @vitalfarms with roasted red peppers + herb salad + mozzarella + sourdough on the side. Have a lovely day, friends!); EXPERIENCE => RESTAURANT (I'm seriously missing the Caribbean, especially these spicy peppered prawns from our favourite restaurant at our hotel. Can we do it all again please?!); DISH => SMELL (This smelled and tasted AWESOME! If we had smell vision, THIS would have been dangerous. I love Nandos!); LUNCH => DISH (Come out enjoy the weather and have yourself a great lunch some grilled chicken and sautéed long hot peppers and onions a sandwich or a plate. Delicious).

Figure 2 presents the cognitive map of the MEGAAD.

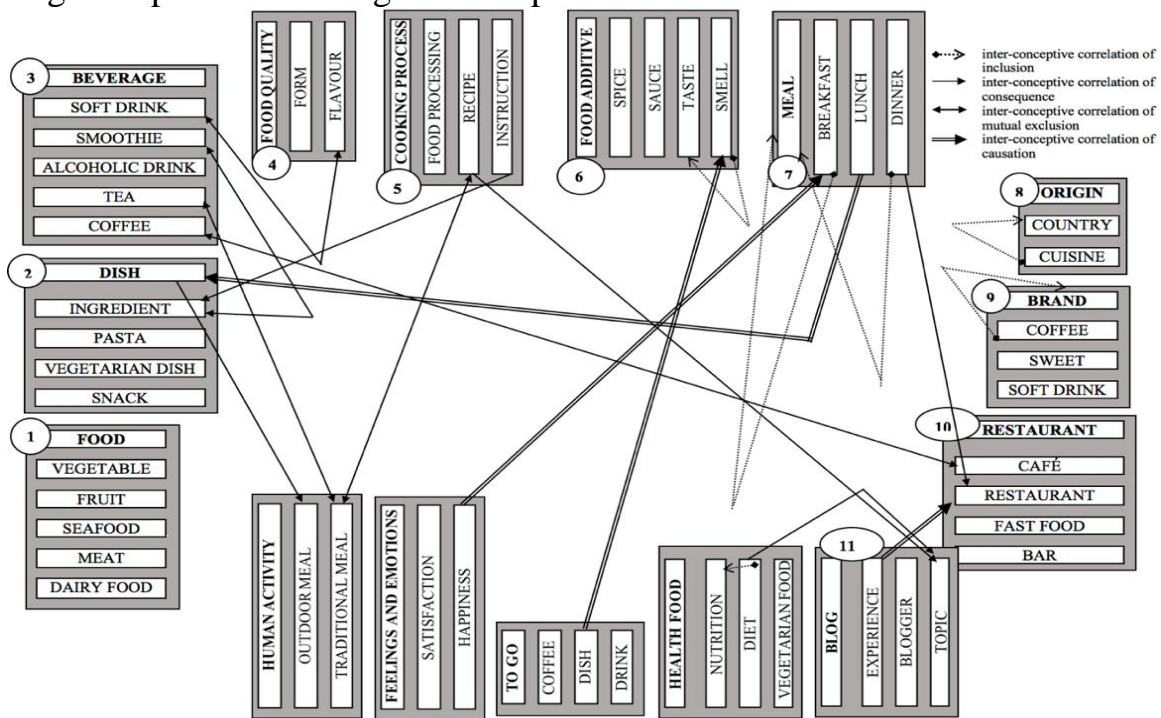


Figure 2. Cognitive map of the MEGAAD

Conclusion. A comparative analysis of cognitive maps of MEGAD and MEGAAD allows us to draw the following conclusions. The frame of the conceptual

systems is 49 for the MEGAD and 48 for the MEGAAD concepts-autochthons which covers the main mental dominant for the cognitive-communicative activity of the modern English statistically average consumer and aesthetic gourmet in the gastronomic segment of life.

In the MEGAD we state the significance for the statistically average English-speaking consumer: of *nutrition* as the most important of the characteristics and the *ingredient* as an indicator of the product; of *brand* as an indicator of the desired and quality product; of a *country* of origin of product; of *freezing and preserving* of products as the main way of their storage and use; of *taste and smell* as a factor in product selection; of dietary characteristics; of *baby food* (its brand, nutrition and age); of *animal feed*, especially for dogs and cats, as a separate product with indication of ingredients; of *water* as the main component of human life support; of *beverages* both non-alcoholic (tea, coffee, juice, strip) and alcoholic (beer, wine, energy drinks); of *pastry and sweets*; of *fast food* as an important element of nutrition for children and young people; of *sauce* as a supplement to a food product; of *healthy food* as an essential component of maintaining a healthy lifestyle; of *seafood and fish*; of *snacks* between meals or in a particular meal; of *having meals*, where the traditional or non-traditional environment is emphasized; of *dairy products*, which emphasize nutrition and brand; of *product prices*, first of all offering discounts.

The specificity of MEGAAD is ensured by the relevance of modern English-speaking aesthetic gourmet knowledge: of *dish*, as an aesthetic work of art, a masterpiece, presented to the consumer; of *ingredient* as a special ingredient that gives originality to any dish; of *meal* (in special time and temporal conditions); of *brand* (most often coffee, sweets and soft drinks). “*Food to go*” in MEGAAD is understood not only as a ready meal, but also coffee and fast food. In the preparation of dishes, special significance is acquired by the method and the cooking process (*recipe, instruction*). The research shows that the modern English-speaking gourmet community does not really appreciate the food-related feelings and characteristics of products – their *origin* (cuisine and country), *taste and smell*, sauces and seasonings. We also see the importance of a *healthy food*, a special attitude to nutrition, dietary properties and vegetarian dishes. The modern English-language aesthetic and gourmet world of social networks is impossible to imagine without a *blog* where it is imperative to adhere to the topic of teaching posts in the social network of Instagram, which describe the author’s experience, as well as his feelings and emotions from food (first of all, pleasure and happiness), which provide aesthetics of advertising text.

Consequently, the study performed enabled to construct cognitive maps of the studied types of discursive practices that reproduce their conceptual systems and, thus, explicate the main mental cores of their participants.

References

- Batsevych, F. S. (2004). *Basics of communicative linguistics*. Kyiv: Akademia.
- Berghe, S. (2010). The Language of Luxury. Opulence in Gastronomic Discourse, 1960–2000. *Luxury in the Low Countries Miscellaneous Reflections on Netherlandish Material Culture, 1500 to the Present*. Brussels: ASP Publishers, 239–258.

- Bobkova, Ju. (2007). *Concept and ways of updating it in idiostyle of V. P. Astafieva* (on the material of Zetes's cycle). Perm.
- Cherneyko, L. O. (2001). Metalinguistics: chaos and order. *Bulletin of the Moscow University. Ser. 9. Philology*, No. 5, 39–52.
- Croft, W. (1991). *Syntactic categories and grammatical relations*. Chicago. London: University of Chicago Press.
- Gee, J. P. (1990). Social linguistics and literacies: Ideology in discourses. *Critical perspectives on literacy and education*. London.
- Golovnitskaya, N. P. (2007). *Linguistic and cultural characteristics of the German-speaking gastronomic discourse*. Volgograd.
- Hrais, H. P. (1985). Logic and Speech Communication. *New in foreign linguistics*. Moscow. 217–237.
- Karasyk, V. I. (2000). *On the Types of Discourse. The Linguistic Person: Institutional and Personal Discourse*. Volgograd.
- Komarova Z. Y. (2013). *Methodology, method, technique and technology of scientific research in linguistics*. 2 ed. Moscow.
- Levitskiy, V. V. (2012). *Semasiology: monograph for young researchers. Vol. 2*. Vinnytsia: Nova Kniga.
- Martynyuk, A. P. (2012). *Dictionary of basic terms cognitive-discursive linguistics*. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University.
- Olyanych, A. V. (2004). *Presentation theory of discourse: monograph*. Volgograd: The Paradigm.
- Perebyinis, V. I. (2001). *Statistical methods for linguists*. Vinnytsia. New book.
- Perry, M. S. (2017). Feasting on Culture and Identity: Food Functions in a Multicultural and Transcultural Malaysia. *3L: The Southeast Asian Journal of English Language Studies*. Vol. 23(4), 184–199. Retrieved June 10, 2018 from <http://ejournal.ukm.my/3l/article/view/21729/7203>.
- Rossato, L. (2009). *The Discourse of British TV Cookery*. Naple.
- Selivanova, O. O. (2008). *Modern Linguistics: Directions and Problems*. Poltava: Dovkillja-K, 702–711.
- Stoianova, I. (2013). Linguistic and Cultural Issues of Gastronomic Discourse Translation. *Traductologie si pluralism civilizational / lingvistic*. Retrieved June 17, 2018 from https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Linguistic%20and%20cultural%20issues.pdf.
- Tkachuk, N. O. (2016). Features of advertising discussion functioning youth-federal auditing center. *Philological sciences. Book 1*. Kherson. 249–253. Retrieved June 21, 2018 from http://opu-konf.at.ua/vukladaczi/Nzfn_2016_1_50.pdf.
- Tukaeva, G. (2009). Research potential of cognitive structures Issledovatel'skij potencial. *Vestnik Bashkir. un-ta*, 14 (3), 861–865.
- Tuldava, Yu. A. (1987). *Problems and methods of quantitative-system research of lexicon*. (pp. 82–84). Tartu. Tartu University.
- Vdovychenko, A. V. (2008). *Parting with the «language»: Critical retrospective of linguistic knowledge*. Moskva. Publishing house of the Orthodox Holy Tikhonov Humanitarian University.
- Viehöver, W., Keller, R., Schneider, W. (2013). *Diskurs- Sprache- Wissen: Interdisziplinäre Beiträge zum Verhältnis von Sprache und Wissen in der Diskursforschung* (Interdisziplinäre Diskursforschung). Wiesbaden: Springer VS.
- Yesipovych, K. (2013). The phenomenon of cognitive mapping in a modern linguistic paradigm. *Studia linguistic*, 7, 254–257.
- Zemskova, A. Yu. (2009). Linguistic and semiotic characteristics of the English-language gastronomic discourse. Volgograd.
- Zhabotynska, S. A. (2013). Cognitive mapping as a lingvosemiotic factor. *Functional linguistics*. Ed. A. N. Rudyakov. Vol. 3. (pp. 179–182). Simferopol: Publishing house Krymsk.

**LEXICAL-SEMANTIC SUBSYSTEM OF SENSORY VERBS
IN THE MODERN ENGLISH VERB SYSTEM
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ПІДСИСТЕМА СЕНСОРНИХ ДІЄСЛІВ
У СИСТЕМІ ДІЄСЛОВА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Наталія ГОЛОВАЦЬКА

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

n.holovatska@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-2051-9454

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.35-48>

The article focuses on the study of the lexical-semantic subsystem of sensory verbs in the Modern English verb system. The objectives of the study are to analyse sensory verbs' semantic features, establish macro- and micro integral connections between them, and to determine their groups and synonymic sets by differential trait and denotative sema. Definitional, componential, comparative, proportional and quantitative analysis, English explanatory dictionaries and thesauri were used in the study. Sensory verbs of five lexical-semantic fields have approximately the same proportion of lexemes that form the core, main part and periphery of each corresponding lexical-semantic field, with a slightly larger number of verbs in the main part. Old English sensory verbs make up a third of the modern perception process subsystem, almost a half of the borrowed lexemes from French and Latin, a tenth of sensory verbs borrowed from the West Germanic group and a small percentage is formed by borrowings from other languages, unknown or imitative origin. The study analysed the share of sensory verbs according to the periods of English language development. Sensory verbs of the Middle English and New English periods make up more than a half of the sensory vocabulary of the modern perception process subsystem. It is established that sensory verbs are combined into groups and synonymic sets by seven differential traits. The results of the study of connections between sensory verbs show that they are not isolated in their lexical-semantic fields and in general in the sensory subsystem of the sensory perception process, i.e. they migrate between sensory lexical-semantic fields. All the lexemes of the sensory subsystem are hierarchical, belong to the hierarchy of lexical-semantic formations and implicitly have all the features of the higher levels of the hierarchy. Thus, lexical-semantic fields of sensory verbs are open systems.

Key words: sensory verbs, lexical-semantic, semantic features, semantic group, synonymic set.

У статті досліджується лексико-семантична підсистема сенсорних дієслів у призмі системи дієслів сучасної англійської мови. Метою дослідження є аналіз семантичних особливостей сенсорних дієслів сучасної англійської мови відповідно до п'яти видів процесу чуттєвого сприйняття, установлення макро- та мікроінтегральні зв'язків між дієслівними лексемами та виокремлення їх груп і синонімічних рядів за диференційною ознакою та денотативною семою. Дане дослідження проведене за допомогою методів дефініційного, компонентного, порівняльного, зіставного та кількісного аналізів з використанням тлумачних словників і тезаурусів англійської мови. Сенсорні дієслова усіх п'яти лексико-семантичних полів мають приблизно однакову пропорцію лексем, що утворюють ядро, основну частину та периферію кожного відповідного лексико-семантичного поля на позначення процесу чуттєвого сприйняття та в цілому всієї сенсорної підсистеми процесу сприйняття, з незначно вираженою більшою часткою сенсорних дієслів в основній частині. За джерелами походження сучасний словник сенсорної підсистеми на позначення процесу чуттєвого сприйняття на третину складається з давньоанглійських сенсорних дієслів, на майже половину із запозичених лексем із французької і латинської мов, десята частина це сенсорні дієслова, запозичені із західно-германської групи мов, і незначний відсоток це запозичення з інших мов, сенсорні

дієслова невідомого походження або імітативного походження. Досліджена і проаналізована частка сенсорних дієслів сучасної сенсорної підсистеми відповідно до періодів розвитку англійської мови. Сенсорні дієслова середньоанглійського та новоанглійського періодів складають більшу половину сенсорного словника сучасної підсистеми на позначення процесу чуттєвого сприйняття. Встановлено, що у сучасній підсистемі процесу чуттєвого сприйняття сенсорні дієслова об'єднуються у групи та синонімічні ряди за сімома диференційними ознаками. Наповненість цих груп та рядів суттєво відрізняється. Результати дослідження зв'язків між сенсорними дієсловами свідчать, що вони є неізолювані в своїх лексико-семантичних полях та в цілому в сенсорній підсистемі процесу чуттєвого сприйняття, тобто вони мігрують між сенсорними лексико-семантичними полями. Всі лексеми сенсорної підсистеми процесу чуттєвого сприйняття ієрархічні, входять до ієрархії лексико-семантичних утворень та імпліцитно мають усі ознаки вищих ступенів ієрархії. Отже, лексико-семантичні поля сенсорних дієслів є відкритими системами.

Ключові слова: сенсорні дієслова, лексико-семантичний, семантичні ознаки, семантична група, синонімічний ряд.

Вступ. Лексика – це не хаотичне скупчення слів, а система, в якій лексичні одиниці структурно впорядковані, і саме така структурованість сприяє можливості тлумачити та описувати лексичні одиниці за допомогою інших лексичних одиниць, які мають певні структурні відносини у вигляді близьких синонімів, віддалених синонімів, антонімів і т.п. Лексико-семантичній системі мови присвячено багато наукових праць і досліджень, зокрема таких провідних лінгвістів як О. Потебня, К.-Х. Ульман, А. Мартіне, М. Покровський та ін. Що лексика – це система, свідчать дослідження німецьких лінгвістів Й. Тріра, Г. Остгофа, К. Мейера, В. Порціга, Г. Іпсена та багатьох ін. Зокрема, Й. Трір ввів значення поняттєві поля, Г. Іпсен – лексико-граматичні поля. Г. Остгоф говорить про існування системи значень у мові, В. Порціг – про лексико-синтаксичні поля. О. Духачек уводить поняття лексико-семантичне поле, а В. Виноградов – лексико-семантична система. На думку М. Грабович (2020, с. 125) „саме розгляд семантики мови на гіперлексичному рівні дає змогу детальніше проаналізувати її на рівні власне лексичному; макро- і мікрорівень аналізу постають тісно взаємопов'язаними і взаємозумовленими”. Загалом, науковці виділяють наступні види лексико-семантичних мікросистем: лексико-семантичне поле, лексико-семантична група, лексико-семантична підгрупа, синонімічний ряд, антонімічний ряд, тематичний ряд, асоціативне поле, асоціативна група. Нині багато сучасних досліджень спрямовані на вивчення лексико-семантичних характеристик дієслів в англійській мові. До прикладу, М. Мирончук детально проаналізувала семантику дієслів розташування, провівши синхронне порівняння цих дієслів в англійській, німецькій та українській мовах; І. Ділай дослідила когнітивні дієслова в лексико-семантичній системі англійської мови в історично-перспективній площині; Г. Задільська описала різновиди комплементатії дієслів у ранньонovoанглійський період; Н. Савчин охарактеризувала семантико-структурні групи дієслів руху, і т.д. Так як наше дослідження сфокусоване на сенсорних дієсловах англійської мови, аналіз сучасних джерел, які досліджують лексику чуттєвого сприйняття, або сенсорну, або, як ще називають, перцептивну лексику, показує, що цей лексичний прошарок

користується особливою увагою сучасних наукових досліджень. Наприклад, Ю. Кузьменко детально проаналізувала поняття сенсорно-чуттєвої сфери з точки зору різних наукових парадигм. О. Волошина вивчила конотативні властивості лексики відчуття як засобу вираження сенсорної оцінки. Т. Самілик та А. Сіренко провели дослідження моделі синестезійних метафор слухових, зорових, смакових, тактильних та нюхових відчуттів в сучасній англійській прозі. В. Головенько та О. Залужна дослідили семантичні особливості оцінної сенсорної лексики в оглядах українських страв та продуктів харчування і т.д.

На нашу думку, лексико-семантична підсистема сенсорних дієслів сучасної англійської мови є віддзеркаленням усіх тих семантичних, граматичних і фонетичних змін, що сталися в ній за всю історію розвитку англійської мови. У діяхронній площині вона є результатом всіх історичних перипетій на шляху розвитку сучасних сенсорних дієслів, і, отже, динамічним фрагментом сенсорної системи; в синхронній площині підсистема сучасних англійських сенсорних дієслів – це відносно стала сформована цілісна система, котра подалі розвивається під дією сьогоденних зовнішніх і внутрішніх чинників. Адже, за словами М. Крушевського “якщо мова є щось інше, ніж система знаків, то ідеальний стан мови буде те, що вона позначає, буде повна відповідність. Ми побачимо, що весь розвиток мови – це її вічне прагнення до цього ідеалу” (*Крушевський, 1883 процитований у праці Черепанова, 2001, с. 36*). Визначити таку відповідність у лексико-семантичній підсистемі сенсорних дієслів сучасної англійської мови на певному часовому зрізі розвитку мови – завдання нелегке і таке, що потребує багато зусилля і часу дослідника. *Мета* цієї статті – проаналізувати семантичні особливості сенсорних дієслів сучасної англійської мови відповідно до лексико-семантичних полів п’яти видів процесу сприйняття, установити макро- та мікроінтегральні зв’язки між дієслівними одиницями у сенсорній підсистемі англійських дієслів.

Методи дослідження. Виокремлення, уточнення та порівняння дефініцій англійських сенсорних дієслів, вивіряння конститuantів їхніх відповідних лексико-семантичних полів, лексико-семантичних груп та синонімічних рядів проведені на основі методів дефініційного, компонентного, порівняльного, зіставного та кількісного аналізів з використанням тлумачних словників і тезаурусів англійської мови. Методом вибіркового аналізу проведено вивчення частотних властивостей англійських сенсорних дієслів у прямому та непрямому значеннях.

Результати та обговорення. У результаті проведеного дослідження, ми інвентаризували та систематизували сенсорні дієслова на позначення процесу чуттєвого сприйняття і встановили, що в підсистемі сенсорних дієслів на позначення чуттєвого сприйняття сучасної англійської мови лексико-семантичне поле візуального сприйняття представлене найбільшою кількістю лексем – 387, лексико-семантичне поле сприйняття на дотик або хептичного сприйняття містить 269 сенсорних дієслів, 266 сенсорних лексем входить до лексико-семантичного поля сприйняття на слух, 132 дієслівні сенсорні лексеми включає лексико-семантичне поле ольфакторного сприйняття або сприйняття на нюх, і менш представлене лексико-семантичне поле дегустативного сприйняття або сприйняття на смак – 128 лексем. Згідно з матрицями

отриманих даних, які подані у відсотках, ті сенсорні дієслова, що у своєму значенні мають виражений денотативний компонент чуттєвого сприйняття і зареєстровані у восьми чи семи досліджуваних словниках англійської мови, утворюють ядро підсистеми процесу чуттєвого сприйняття, якщо сенсорний компонент зареєстрований у шести – чотирьох лексикографічних джерелах, такі сенсорні дієслова складають основну частину і решта – периферію підсистеми процесу чуттєвого сприйняття (див. Таблиця 1).

Таблиця 1

**Розподіл англійських сенсорних дієслів
у підсистемі процесу чуттєвого сприйняття**

лексико-семантичне поле	ядро	основна частина	периферія	всього
візуального сприйняття	36	38	26	100%
сприйняття на слух	35	49	16	100%
сприйняття на дотик	28	38	34	100%
сприйняття на смак	36	31	33	100%
сприйняття на нюх	30	37	33	100%
всієї сенсорної підсистеми	33	40	37	100%

Дані таблиці 1 свідчать, що сенсорні дієслова сприйняття на дотик, на смак і на нюх у своїх відповідних лексико-семантичних полях розподілились у ядрі, основній частині та периферії відносно рівномірно. Всі сенсорні дієслова, окрім дієслів сприйняття на смак, здебільшого є конститuantами основної частини поля. Лексико-семантичні поля візуального сприйняття та сприйняття на слух мають меншу кількість сенсорних лексем на периферії. Лексико-семантичні поля сприйняття на дотик має найменшу кількість ядерних сенсорних дієслів. Загалом, ті сенсорні дієслова, що позначають процес чуттєвого сприйняття на відстані, незначною кількістю зосереджені на периферії, на відміну від сенсорних дієслів, що позначають процес близького чуттєвого сприйняття. Дані підрахунку свідчать, що сенсорні дієслова усіх п'яти лексико-семантичних полів, пропорційно рівномірно складають ядро, основну частину та периферію всієї сенсорної підсистеми процесу чуттєвого сприйняття, з трохи більшою часткою сенсорних дієслів в основній частині.

Щодо характеристик джерел походження сучасних англійських сенсорних дієслів, отримані дані дослідження, показують, що за джерелами походження сучасний англійський словник сенсорної підсистеми процесу чуттєвого сприйняття на 37% складається з давньоанглійських сенсорних дієслів, на 32% і 15% із французьких і латинських запозичень відповідно, 3% складають сенсорні дієслова невідомого походження, 8% – дієслова процесу чуттєвого сприйняття, що походять із західно-германської групи мов, запозичення з інших мов складають майже 1%, сенсорні дієслова імітативного походження – 4% (див. Рис. 1).

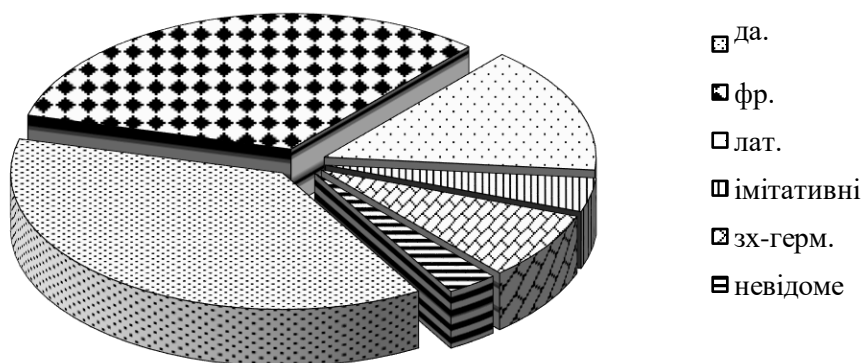


Рис. 1 Етимологічні характеристики сучасної сенсорної підсистеми процесу чуттєвого сприйняття

Проведене дослідження за допомогою дефініційного, порівняльного, зіставного та кількісного аналізів дало змогу визначити частку сенсорних дієслів сучасної сенсорної підсистеми відповідно до періодів розвитку англійської мови (див. Рис. 2).

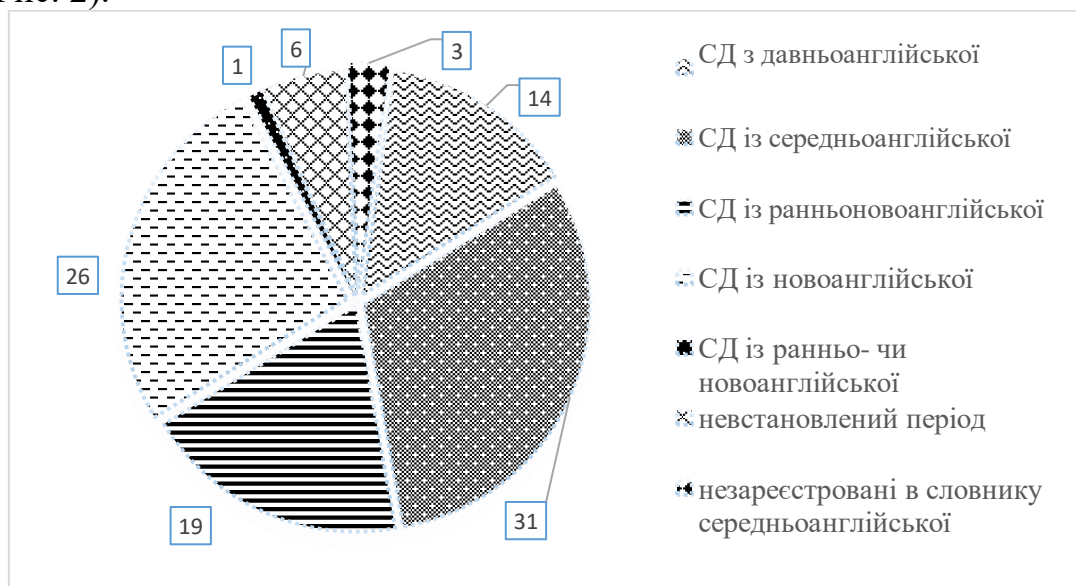


Рис. 2 Частка сенсорних дієслів сучасної сенсорної підсистеми відповідно до періодів розвитку англійської мови

Показники рис. 2 свідчать, що за періодами появи сенсорних дієслів у сучасному сенсорному словнику дієслова чуттєвого сприйняття періоду давньоанглійської мови налічують 14%, середньоанглійського періоду – 31%, незареєстровані у словнику середньоанглійської мови – 3%, періоду ранньоніовоанглійської мови – 19%, із ранньоніово- чи новоанглійської – приблизно 1%, невстановлені періоди потрапляння сенсорних дієслів до сенсорного словника – 6%, сенсорні дієслова новоанглійського періоду – 26%. Як бачимо, сенсорні дієслова, що прийшли з середньоанглійського та новоанглійського періодів утворюють більшу половину (57%) сенсорного словника сучасної підсистеми на позначення процесу чуттєвого сприйняття.

За допомогою компонентного й аналізу за денотативною семою та диференційною ознакою ми встановили, що у сучасній підсистемі процесу чуттєвого сприйняття сенсорні дієслова об'єднуються за такими

диференційними ознаками: 1. фізичною (бачити очима, чути вухами, нюхати носом і т. п.), 2. об'єктною (сприймати за допомогою якихось приладів або предметів, напр. дивитися через оптичні прилади, окуляри, лінзи; слухати фонендоскопом, трубкою; їсти, пити через трубочку, т. п.), 3. диференційна ознака цілі (сприймати, щоб дослідити, знайти), 4. диференційна ознака манери (сприймати у певний спосіб, напр., насолоджуватися слухом, поглинати очима, м'яти або стискати у руках, т. п.), 5. абстрактно-уявною (бачити щось у перспективі, уява тієї чи іншої картини, бачення уві сні; прогнозувати, пророчити; схопити ментально), 6. емоційною (чуттєво сприймати, виражаючи певні емоції, почуття), 7. виду сприйняття між учасниками процесу (прямого (*see* дивитися, *hear* слухати, *drink* пити і т. д.) і непрямого (*show* показувати, *inform* інформувати, *feed* годувати і т. п.). кожне лексико-семантичне поле на позначення процесу чуттєвого сприйняття має відповідні групи за перерахованими ознаками, а у лексико-семантичних полях сприйняття на нюх і смак дієслівні лексеми практично не виокремлюється за диференційною ознакою абстрактного сприйняття. Щодо лексико-семантичної групи, що виокремлюється за ознакою прямого непрямого виду чуттєвого сприйняття між учасниками процесу. Ми провели вибірковий аналіз на прикладі художніх творів сучасних англійської літератури (див. Таблиця 2).

Таблиця 2

**Частота вживання прямого / непрямого значення
англійських сенсорних дієслів**

№	Сенсорні дієслова	Частота вживання
1	<i>see</i> (пряме значення)	529
2	<i>hear</i> (пряме значення)	182
3	<i>touch</i> (пряме значення)	27
4	<i>smell</i> (пряме значення)	25
5	<i>taste</i> (пряме значення)	11
6	<i>see</i> (непряме значення)	158
7	<i>hear</i> (непряме значення)	54
8	<i>touch</i> (непряме значення)	11
9	<i>smell</i> (непряме значення)	-
10	<i>taste</i> (непряме значення)	2
	Всього	1000

Дані таблиці 2 засвідчують, що англійським сенсорним дієсловам властиво вживатися у прямому значенні, показники прямого значення удвічі перевищують частоту вживання. Це означає, що у процесі чуттєвого сприйняття учасникам властиве безпосередньо пряме сприйняття дійсності. Серед сенсорних дієслів чуттєвого сприйняття дієслова у прямому і непрямому значеннях *to see* і *to hear* вживаються найчастіше, і це очевидно, так як візуальне та аудитивне сприйняття є одними із першоджерел сприйняття нами навколишнього світу. Стосовно семантичних характеристик англійських сенсорних дієслів *to smell* і *to taste*, дані дослідження доводять, що їм не властиво вживатися у непрямому значенні. Щодо прямого сприйняття, англійські сенсорні дієслова *to touch* і *to smell* мають практично однакову частоту вживання. Отже, кожне лексико-семантичне поле на позначення процесу чуттєвого сприйняття має відповідні групи за

перерахованими ознаками, а у лексико-семантичних полях сприйняття на нюх і смак дієслівні лексеми практично не виокремлюється за диференційною ознакою непрямого сприйняття.

При утворенні синонімічного ряду діє когнітивний механізм творчої переробки інформації, але, не всі лексичні одиниці однаково когнітивно затребувані. Більше того, не кожне із значень слова отримує окремий синонімічний ряд. На думку Г. Колпакової причина цього явища з когнітивного погляду полягає в когнітивній неоднорідності слова: „кожна лексична одиниця включається в складну систему взаємозв'язків і слововживань, у результаті в мові виникають і розвиваються нові значення; далеко не всі значення полісемічної лексеми розвивають синонімічні ряди” (Колпакова, 2003, с. 96). Але навіть за умови розвитку синонімічних рядів у всіх значень полісемічного слова ці ряди не будуть однакові за своєю довжиною. Більш уживане значення набуває більше синонімів, ніж менш уживане. У зв'язку з цим і згідно з критерієм вибірки за денотативною семою, ми отримали різноманітну кількість неоднорідних за структурою синонімічних рядів процесу чуттєвого сприйняття. Відмінна ознака цих рядів разом зі значенням денотативної семи це те, що вони відрізняються за кількістю сенсорних лексем. Наведемо приклади. Так, у лексико-семантичному полі візуального сприйняття за денотативною диференційною семою „ментального сприйняття” з ознакою фігуративності часто з посиланням на метафоричний спосіб вираження лексеми об'єднуються у відповідний синонімічний ряд: to perceive (mentally an immaterial object, a quality, etc.), to apprehend (by thought a truth, the answer to a question), to recognize (the force of a demonstration), to foresee (an event, trend, etc.), to understand (a person), to pry into (цікавитися), to pry out (вивідати, випитати), to gaze out (палко бажати, жадати), to cogitate (серйозно обдумувати, розмірковувати, медитувати), to have an eye for (цінувати що-небудь, розумітися на чому-небудь), to deliberate (обмірковувати довго і ретельно), to dig (як сленг означає помічати, бачити; дивитися (п'єсу)), to envisage (уявляти щось), to expose (розкривати таємницю; викривати змову, зривати личину), to fathom (осягати; зрозуміти, збагнути), to mull over (довго обмірковувати), to peruse (думати, міркувати), to ruminate (роздумувати, міркувати), to ween (як архаїзм означає думати, вважати; уявляти) і т. д. У синонімічному ряду за денотативною диференційною семою „дивитися в очі” з різним ступенем дуративності виокремлюються лексеми to envisage (дивитися прямо у вічі небезпеці, фактам), to face (дивитися прямо у вічі, лице), to encounter (несподівано зустрітися, стикатися з), to confront (опинитися віч-на-віч перед), to meet (зустрічати(ся); збиратися; сходитися), to clash (зустрітися (про команди)), to court (зустрічатися про закоханих; мати побачення) і т. д. За денотативним значенням „оглядати, спостерігати уважно” виділяється синонімічний ряд з сенсорних дієслів to look at (подивитися в чому справа, перевірити), to contemplate (споглядати; розглядати), to view (оглядати, обдивлятися), to observe (спостерігати, стежити), to examine (досліджувати; оглядати), to spot (помітити, побачити; упізнати), to twig (спостерігати,

помічати), to snoop around (шпигувати, вистежувати), to visit (оглядати, інспектувати), to poke about, poke around (шукати (що-небудь) навпомацки, виглядати; видивлятися), to snog (милуватися), to chase (ретельно розшукувати), to peer (розглядати з цікавістю), to observe (спостерігати, стежити за чим-небудь; помічати), to root (нишпорити, шукати) і т. д. У синонімічний ряд за денотативною диференційною семою „дивитися певним чином, демонструвати певним чином” входять лексеми to pry into (підглядати), to squint (дивитися нишком, скося, дивитися недобррозичливо), to squiz (дивитися скося), to glimpse (подивитися мигцем, побачити мимохідь, промайнути перед очима), to glare (витріщатися; здивовано дивитися), to gaze (пильно дивитися, вдивлятися), to snook (підстерігати кого-небудь), to cock a snook (показувати презирство), to snoop (підглядати), to bat (лупати очима; мигати, кліпати), to eye (не зводить очей з кого-небудь), to stare (пильно дивитися, витріщитися), to fasten on (цілеспрямовано дивитися, зосереджувати погляд), to gawp, to gawk (витріщатися роззявивши рота, витріщати очі), to loom (з'являтися у тумані), to glance (мигцем глянути; кинути оком; швидко переглянути), to glare (дивитися люто, вороже або пильно), to gloat (дивитися із захватом, з пожадливістю), to goggle (дивитися виряченими очима, переляканим поглядом), to peer (дивитися примружившись; заглядати в маленький отвір; підглядати), to leer (дивитися скося; дивитися хитро, злобно; дивитися хтиво, дивитися масним поглядом), to muse (задумливо дивитися; споглядати), to ogle (ніжно поглядати, дивитися закоханими очима; дивитися ласо, пожаливо, пускати бісики), to peruse (уважно розглядати), to quiz (глузливо дивитися, розглядати з цікавістю), to flick through (швидко переглядати, листати) і т.п.

У лексико-семантичному полі сприйняття на дотик, другому за кількістю сенсорних дієслів, виокремлюється синонімічний ряд за диференційною ознакою „торкнутися рукою, пальцем або іншою частиною тіла”, що охоплює сенсорні дієслова to finger (торкати, перебирати пальцями), to thumb (переглядати, листаючи), to bat (дубасити, лупцювати; відбити м'яч руками), to bosom (притискати до грудей), to palm (торкатися долонею, гладити), to palpate (пальпувати, обмацувати), to paw (хапати руками, лапати, мацати), to elbow (штовхати ліктем), to feel (мацати, торкати), to nose (тертися носом; тикатися носом), to nuzzle (тикати / тикатися носом (у що-небудь), пригорнутися), to poke (ударити кулаком), to perceive (розрізняти, відчувати на дотик), to snook (доторкнутися пальцями носа, дразнячи когось), to root (рити землю рилом), to knead (масажувати, розтирати руками), to kowtow (доторкнутися лобом до землі у поклоні, ставши на коліна), to lick (злегка торкатися язиком), to lap (притискати до себе, обіймати), to peck (обійматися), to paw (вдаряти лапою, бити копитом, мацати руками), to nudge (злегка підштовхувати ліктем), to peck (легко поцілувати). За денотативною диференційною семою „доторкнутися якимось предметом” виокремлюється синонімічний ряд з сенсорними лексемами to rub (натирати, начищати), to probe (зондувати), to explore (зондувати рану чимось), to jab (колоти багнетом; штрикнути ножом; уколоти голкою), to poke (протикати; простромити), to knead (масажувати, розминати), to press up (штовхати), to massage (масажувати), to dig in (втикати, устромляти), to twig (пороти, сікти

лозиною, прутом, гілкою) і т.п. Синонімічний ряд з диференційною семою „доторкатись, тереблячи в руках” містить сенсорні дієслова to handle (перебирати, тримати в руках), to manipulate (вміло маніпулювати), to twiddle (вертати, крутити, граючись), to fumble (м'яти, вертати в руках), to fiddle (вертати в руках знервовано) і т. д. За диференційною ознакою „сильно, легенько доторкнутися” увиразнюється синонімічний ряд з сенсорними дієсловами to pat (поляпати, поплескати (по плечу, спині)), to tap (поплескати по чомусь), to strike (бити), to hit (вдаритися, забитися), to swat (бити із силою), to lick (бити, шмагати), to whack (ударяти, завдаючи дзвінкого удару), to dab (злегка вдаряти, торкатися; прикладати м'яке або мокре), to clap (поплескати легенько, одобрюючи щось), to belt (пороти ременем; ударити кулаком), to flick (легко вдарити; хльоснути; стьобнути), to graze (ледь торкатися), to jab (штовхати, ударяти кулаком; пхати; дати стусана), to nip (щипнути) і т.п. За семою „торкатися пещучи, ласкаючи” виокремлюється синонімічний ряд з лексемами to stroke (гладити (рукою); погладжувати, пестити), to caress (пестити, голубити; погладжувати), to fondle (пестити, голубити), to pet (голубити, пестити), to graze (злегка торкатися, зачіпати), to glance (злегка торкнутися), to snog (обійматися), to kittle (лоскотати), to tickle (лоскотати, легко торкатися). Синонімічний ряд з денотативною диференційною семою „доторкатися, межуючи” об'єднує сенсорні дієслова to border on (межувати, знаходитися поруч), to neighbour (межувати, знаходитися біля самого краю), to adjoin (прилягати; межувати), to verge on (межувати з), to abut on (прилягати, межувати) і т. п. У синонімічний ряд з диференційною ознакою „доторкатися, викликаючи почуття” організовуються сенсорні дієслова to affect (хвилювати, зворушувати), to arouse (збуджувати, викликати (почуття, енергію тощо)), to stir (хвилювати, збуджувати почуття), to excite (збуджувати, хвилювати, викликати (ревності, цікавість)), to quicken (збуджувати, стимулювати), to stimulate (збуджувати, стимулювати, спонукати; заохочувати), to fondle (пестити, ніжно погладжувати), to titillate (приємно збуджувати), to pet (пестити, обійматися). З денотативною семою „зіткнутися з кимось або з чимось” утворюється синонімічний ряд, що охоплює лексеми to crash into (розбити; розтрити, зазнати аварії), to collide with (стикатися, зіткнутися), to impinge upon (стикатися; наштовхуватися, вдарятися), to come into” (наштовхнутися).

Щодо синонімічних рядів сенсорних дієслів у лексико-семантичному полі сприйняття на слух. У ньому виокремлюються такі ряди: 1) з денотативною диференційною семою „слухати, сприймати за допомогою органу слуху” містить семи to perceive (сприймати, розуміти), to listen to (слухати, вислуховувати), to attend (прислухатися до чогось, відвідувати лекції, збори та ін.), to hark (слухати), to harken (слухати, вислуховувати), to court (улещувати, домагатися лестощами), to dig (в значенні сленгу слухати (музику)); 2) з диференційною ознакою „напружувати слух” виокремлюються сенсорні компоненти to keep one's ears open (прислухатися, насторожитися), to heed (уважно стежити, звертати увагу), to notice (помічати; звертати увагу), to consider (розглядати; брати до уваги); 3) з диференційною семою „розслідувати, вислуховуючи когось”: to try (проводити розслідування, з'ясовувати обставини справи), to examine (вислуховувати,

досліджувати), to investigate (розслідувати, добувати свідчення), to inquire into (з'ясовувати, розслідувати), to question (допитувати, випитувати), to ascertain (з'ясовувати; встановлювати), to determine (встановлювати, розслідуючи щось), to find out (з'ясувати, викрити), to detect (виявляти; викривати), to judge (слухати справу, судити, виносити вирок); 4) за денотативною семою „слухати, отримуючи інформацію виокремлюються сенсорні дієслова to be informed (бути проінформованим, обізнаним), to receive information (отримати інформацію), to obtain news (здобути звістку), to learn (дізнаватися), to get information (отримати інформацію, новини), to notice (попереджати, повідомити); 5) з диференційною семою „зрозуміти з того, що чуєш” увиразнюються сенсорні дієслова to apprehend (зрозуміти, схоплювати), to catch (схопити, збагнути (суть); зрозуміти), to understand (розуміти, довідуватися), to comprehend (розуміти; збагнути, осягти).

У лексико-семантичному полі ольфакторного сприйняття сучасних англійських сенсорних дієслів виокремлені ряди за такими денотативними диференційними семами: 1. „нюхати за допомогою ольфакторного органу чуття”, що включає сенсорні дієслова to nose (нюхати, чути запах, обнюхувати), to scent (учувати, рознюхувати, чути), to toot (нюхати кокаїн), to perceive (сприймати, відчувати органом нюху), to sense (відчувати (органом нюху)), to discern (розпізнавати на нюх), to detect (виявляти ольфакторно), to respire (дихати, вдихати), to muzzle (обнюхувати (про тварин)); 2. „сприймати на нюх у певний спосіб” має сенсорні лексеми to snuff (обнюхувати, нюхати,), to whiff (чути, принюхуватися), to inhale (вдихати), to inhale hookah (вдихати кальян), to breathe in (вдихати), to sniff (сопіти, принюхуватися, обнюхувати), to pant (важко вдихати, пихтіти), to sniffle (сопіти, хлюпати носом), to snuffle (вдихати, посопуючи), touzzle (нюхати, водячи носом), to puff (вдихати / видихати дим), to smack (уловлювати запах); 3. „випускати, видавати поганий запах” об'єднує лексеми to hum (смердіти, погано пахнути), to reek (тхнути, смердіти), to funk (смердіти, тхнути), to stench (видавати сморід), to stink (смердіти), to emanate (випускати неприємний запах, видихати), to niff (смердіти), to pong (сильно смердіти); 4. „випускати, видавати приємний запах” об'єднує лексеми to embalm (приємно пахтїти духм'янощами), to impart fragrance (видавати аромат, пахощі), to impart aroma (видавати приємний запах), to perfume (видавати приємний запах), to sense (курити пахощами; кадити ладаном), to fume (обкурювати пахощами), to fumigate (обкурювати пахощами або хімічними речовинами), to fill with flavor (наповнити ароматом), to incense (кадити фіміам), to relish (зробити приємним на нюх); 5. „відчувати, сприймати на нюх інтуїтивно” містить семи to feel (чути запах), to sense (розпізнавати, відчувати), to suspect (вважати, припускати), to intuit (осягати, збагнути інтуїтивно); 6. Фігуративна диференційна сема „вистежувати щось своїм ольфакторним чуттям” додає до синонімічного ряду лексеми to breathe in (вдихати енергію, сили), to snuff (винюхувати злочин), to detect (досліджувати, розслідувати за допомогою нюху), to scent out (винюхати, розізнати), to nose (відчувати небезпеку); to nose out (пронюхати; рознюхати), to poke one's nose into (настирливо проявляти інтерес, цікавитися), to pry about (втручатися, сунути носа у чужі справи), to spoor

(вистежувати за запахом). 7. фігуративна диференційна сема емоційного забарвлення to exude (дихати (злістю)), to be malodorous (смердіти (злістю)), to fume (кипіти від злості), to incense (вихваляти, лестити), to inspire (вдихати натхнення), to snoot (сунути носа в чужі справи), to snoot (клювати носом).

У лексико-семантичному полі процесу сприйняття на смак виокремлюються синонімічні ряди з денотативною диференційною ознакою „пробувати, смакувати ротом” і сенсорними семами to smack (мати смак, присмак), to drink (пити), to eat (їсти), to perceive (сприймати, відчувати на смак), partake (випити, з’їсти), to belt (пити спиртне у значенні американського сленгу); денотативною семою „сприймати на смак певним чином” виокремлені сенсорні дієслова to degust (дегустувати), to sample (пробувати на смак, дегустувати), to sip (пити маленькими ковтками, сьорбати), to peck (мало їсти), to nibble at (відкушувати маленькими шматочками), to relish (смакувати, мати приємний присмак), to savour (мати особливий присмак, запах), to graze (їсти, харчуватися як попало), to ruminate (жувати), to hog (жадібно заглотувати, жрати), to lap (хлебтати; жадібно пити, ковтати), to nip (пити спиртне маленькими ковтками); з денотатом „розпізнавати з допомогою смаку” і сенсорними лексемами to distinguish (розрізняти), to differentiate (розрізняти), to discern (розпізнати з допомогою органів чуття), to feel (відчувати гіркий, солодкий, кислий присмак), to assay (оцінювати, аналізувати), to discriminate (розрізняти, виділяти), to relish (зробити приємним на смак, мати присмак), to smack (уловити смак).

Висновки. Таким чином, встановлено, що дієслова сенсорної підсистеми процесу сприйняття входять до п’яти лексико-семантичних полів, рівномірно наповнюють ядро, основну частину та периферію. Давньоанглійські сенсорні дієслова складають третину сучасного словника сенсорної підсистеми процесу чуттєвого сприйняття, майже половину становлять запозичення з французької, латинської мов, десята частина це сенсорні дієслова західно-германської групи мов, і незначний відсоток складають сенсорні дієслова з інших мов, невідомого або імітативного походження. Відповідно до періодів розвитку англійської мови більша половина сучасного словника підсистеми процесу чуттєвого сприйняття – це сенсорні дієслова середньоанглійського та новоанглійського періодів. Кожне лексико-семантичне поле на позначення процесу чуттєвого сприйняття має відповідні лексико-семантичні групи за вісьмома диференційними ознаками, а у лексико-семантичних полях сприйняття на нюх і смак дієслівні лексеми практично не виокремлюється у лексико-семантичну групу за диференційною ознакою непрямого сприйняття. Отже, застосований комплексний підхід разом з компонентним і аналізом словникових дефініцій до вивчення сенсорної підсистеми процесу чуттєвого сприйняття в сучасній англійській мові, зв’язків між її сенсорними лексемами дає можливість стверджувати, що сенсорні дієслова не ізольовані в ній: їм властиво мігрувати між сенсорними лексико-семантичними полями, лексико-семантичними групами та синонімічними рядами, бути конститuentами не одного, а двох і більше лексико-семантичних полів, лексико-семантичних груп та синонімічних рядів. Сенсорні лексеми на позначення процесу чуттєвого сприйняття, які відносяться лише до одного лексико-семантичного поля, групи чи синонімічного ряду, ізольовані. Всі

лексеми лексико-семантичних полів сенсорних дієслів та їхніх інших структурних утворень – ієрархічні і, будучи співвіднесеними з конкретним об'єктом чи явищем, автоматично входять до ієрархії лексико-семантичних утворень та імпліцитно мають усі ознаки вищих ступенів ієрархії. Цей факт свідчить про те, що лексико-семантичні поля, лексико-семантичні групи та синонімічні ряди сенсорних дієслів – відкриті неізольовані системи. Лексеми, котрі утворюють ядро кожного лексико-семантичного поля процесу чуттєвого сприйняття, автоматично є конститuentами ядра системи процесу чуттєвого сприйняття у сучасній англійській мові. Змодельовану структуру підсистеми сенсорних дієслів у системі дієслова сучасної англійської мови, в якій вербалізуються концепти процесу чуттєвого сприйняття, доцільно подалі доповнити вивченням їх когнітивних особливостей.

Список літератури

- The American Heritage Dictionary of the English Language / the editors of The American Heritage Dictionaries. 4th ed. Boston : Houghton Mifflin Co., 2001. 951 p.
- Bosworth J. An Anglo-Saxon Dictionary / ed. and enlarged by T. Northcote, M. A. Toller. Oxford : At the Clarendon Press, MDCCCLXXXII. London : Henry Frowde OUP Warehouse, 1883. 1302 p.
- Cambridge Advanced Learner's Dictionary / ed. Elizabeth Walter. 2nd ed. Cambridge : CUP, 2005. 1572 p.
- Chambers 21st Century Dictionary / ed. Mairi Robinson, George W. Davidson. 11th ed. Great Britain : CUP, 2000. 1654 p.
- Collins English dictionary / ed., Sandra Anderson ... et al. 9th ed. Glasgow: HarperCollins, 2007. 1872 p.
- Longman Dictionary of Contemporary English / the editors of Longman Dictionary. 3rd ed. N.Y. : Longman Group Ltd., 2000. 1668 p.
- Merriam-Webster Webster's Third New International Dictionary, Unabridged / ed. in chief, Philip Babcock Gove and the Merriam-Webster editorial staff. Springfield, Mass.: Merriam-Webster, 2002. 2662 p.
- The Middle English Compendium [Electronic resource] / chief ed. Frances McSparran ...et al. University of Michigan Digital Library Production Service, 2001. URL: <http://quod.lib.umich.edu/>.
- The Oxford Encyclopedic English Dictionary / ed. by J. M. Hawkins, R. Allan. Oxford: Clarendon Press, 1991. 1740 p.
- Roget's II: the new thesaurus / the editors of The American Heritage Dictionaries. 3d ed. Boston : Houghton Mifflin Co., 1995. 1200 p.
- Грабович М. Природа авторської сенсорики як іманентної властивості художнього тексту. *Scientific Development of European Countries in the Area of Philological Research*: Collective monograph. Part 1. Cuiavian University in Wloclawek, Poland. 2020. С. 118-135. DOI:<https://doi.org/10.30525/978-9934-588-56-3.1.7>.
- Мирончук М. В. Семантика дієслів розташування в англійській, німецькій та українській мовах : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2006. 20 с.
- Ділай І. П. Когнітивні дієслова в лексико-семантичній системі англійської мови: історія та перспективи дослідження. *Вісник Львівського університету. Сер. Іноземні мови*. Л. : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014. Вип. 22. С. 28–37.
- Задільська Г. М. Різновиди комплементативності дієслів у ранньоніоанглійський період. *Наукові записки. Сер. Філологічна*. Острого: Видавництво Національного університету „Острозька академія”, 2012. Вип. 27. С. 334–336.
- Савчин Н. Б. Семантико-структурні групи дієслів руху (на прикладі художнього твору-перекладу Дена Брауна “Янголи і демони”). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31 (70). № 2. Частина 3. С. 46–51.
- Головенько В. В., Залужна О. О. Семантичні особливості оцінної сенсорної лексики в оглядах українських страв та продуктів харчування (на матеріалі youtube відео англомовних блогерів). *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса* / ред. кол. Хаджинов І. В. (голова) та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. Вип. 11. Т. 2. С. 98–103.
- Волошина О. В. Лексика відчуття як засіб вираження сенсорної оцінки та її конотативні властивості. *Наукові записки Вінницького національного аграрного університету. Сер. Соціально-гуманітарні науки*. 2013. Вип. 2. С. 51–58. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/naukzv_2013_2_7. (Last accessed: 11.03.2021).

Самілик Т. О. Модель синестезійних метафор (слухових, зорових, смакових, тактильних та нюхових) відчуттів в сучасній англійській прозі. *Перекладацькі інновації* : матеріали X Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 20–21 березня 2020 р. / редкол. : С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 163–165. URL: https://ifsk.sumdu.edu.ua/images/doc/PI_IFSK_2020.pdf (Last accessed: 14.03.2021).

Сіренко А.-І. Ю. Моделі синестезійних (тактильних і смакових) метафор в сучасній англійській прозі. *Перекладацькі інновації* : матеріали X Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 20–21 березня 2020 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 165–166. URL: https://ifsk.sumdu.edu.ua/images/doc/PI_IFSK_2020.pdf (Last accessed: 14.03.2021).

Кузьменко Ю. Г. Поняття сенсорно-чуттєвої сфери в різних наукових парадигмах. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики* : зб. наук. пр. М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К. : ЛОГОС, 2007. Вип. 12. С. 234–238.

Черепанов М. В. Феномен розвитку мови в інтерпретації В. Гумбольдта, И.А. Бодуэна де Куртенэ и Н. В. Крушевского. *Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика : Бодуэновские чтения* : Междунар. науч. конф., 11–13 декабря 2001 года, Казань : труды и материалы : в 2 т. / под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Г. А. Николаева. Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2001. Т. 1. С. 35–37.

Колпакова Г. В. Синонимия в лексикографии. *Сопоставительная филология и полилингвизм*: сб. науч. трудов Всерос. научно-практич. конф. в Казанском ун-те, 29–31 октября 2002 года. / под общей ред. А. А. Аминовой, Н. А. Андрамоновой. Казань : КГУ, 2003. С. 95–102.

References

The American Heritage Dictionary of the English Language (2001) / the editors of The American Heritage Dictionaries. 4th ed. Boston: Houghton Mifflin Co.

Bosworth, J. *An Anglo-Saxon Dictionary* (1883) / ed. and enlarged by T. Northcote, M.A. Toller. Oxford: At the Clarendon Press, MDCCCLXXXII. London: Henry Frowde OUP Warehouse.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2005) / ed. Elizabeth Walter. 2nd ed. Cambridge: CUP.

Chambers 21st Century Dictionary (2000) / ed. Mairi Robinson, George W. Davidson. 11th ed. Great Britain: CUP.

Collins English dictionary (2007) / ed., Sandra Anderson ... et al. 9th ed. Glasgow: HarperCollins.

Longman Dictionary of Contemporary English (2000) / the editors of Longman Dictionary. 3rd ed. N.Y.: Longman Group Ltd.

Merriam-Webster Webster's Third New International Dictionary (2002) Unabridged / ed. in chief, Philip Babcock Gove and the Merriam-Webster editorial staff. Springfield, Mass.: Merriam-Webster.

The Middle English Compendium (2001) / chief ed. Frances McSparran ...et al. University of Michigan Digital Library Production Service. URL: <http://quod.lib.umich.edu/>.

The Oxford Encyclopedic English Dictionary (1991) / ed. by J. M. Hawkins, R. Allan. Oxford: Clarendon Press.

Roget's II: the new thesaurus (1995) / the editors of The American Heritage Dictionaries. 3d ed. Boston: Houghton Mifflin Co.

Grabovych, M. (2020). Pryroda avtorskoi sensoryky yak imanentnoi vlastyvoosti khudozhniogo tekstu [The nature of author's perceptivity as immanent feature of a fiction]. *Scientific Development of European Countries in the Area of Philological Research*: Collective monograph. Part 1. Cuiavian University in Wloclawek, Poland, 118–135. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-56-3.1.7>.

Myronchuk, M. V.(2006). *Semantyka diyesliv roztashuvannia v angliyskii, nimetskiy ta ukraïnskiy movakh* [Semantics of the verbs denoting position in the English, German and Ukrainian languages]: abstract of a thesis for the PhD degree in philology: 10.02.17. Donets. nat. un-t. Donetsk.

Dilay, I. P. (2014). Kognityvni diyeslova v leksyko-semantichnii systemi angliyskoi movy: istoria ta perspektyvy doslidzhennia [Vebs of cognition in the lexical-semantic system of the English language: history and perspectives of the research]. *Visnyk Lvivskogo universytetu. Ser. Inozemni movy*. L.: Lvivskii natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka, Vyp. 22, 28–37.

Zadil'ska, G. M. (2012). Riznovydy komplementazii diyesliv u rannionovoangliyskii period. [Types of the verb complementation in the early modern English period]. *Naukovi zapysky. Ser. Filologichna*. Ostroh: vydavnytstvo natsionalnogo universytetu "Ostrozka akademiya", Vyp. 27, 334–336.

Savchyn, N. B. (2020). Semantyko-strukturni grupy diyesliv rukhu (na prykladi khudozhniogo tvoruperekladu Dena Brauna "Angely i Demony") [Semantic-structural groups of the verbs of motion (on the example of the translated fiction of Dan Brown "Angels and Demons")]. *Vcheni zapysky Tavriyskogo*

natsionalnogo universytetu imeni V.I. Vernandskogo. Ser. Filologia. Sotsialni komunikatsii. Tom 31 (70). № 2. Chastyna 3, 46–51.

Golovenko, V. V., Zaluzhna, O. O. (2019). Semantychni osoblyvosti otsinnoi sensornoi leksy v oghliadakh ukrayinskykh strav ta produktiv kharchuvannia (na materiali youtube video anglo-movnykh blogeriv) [Semantic peculiarities of evaluative sensory lexicon in the review of Ukrainian dishes and food (on the material of YouTube video of English speaking bloggers)]. *Visnyk studentskogo naukovo-tovarystva Donetskogo natsionalnogo universytetu imeni Vasylia Stusa.* / red. kol. Khadzhinov I.V. (golova) ta in. Vinnytsia: DonNU imeni Vasylia Stusa, Vyp. 11, T.2, 98–103.

Voloshyna, O. V. (2021). Leksyka vidchuttia yak zasib vyrazhennia sensornoi otsinky ta ii konotatyvni vlastyvoli [Vocabulary of sensation as a means of expression of sensorial assessment and its connotative characteristics]. *Naukovi zapysky Vinnytskogo natsionalnogo agrarnogo universytetu. Ser. Sotsialno-humanitarni nauky.* Vyp. 2, 51–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/naukzv_2013_2_7. (Last accessed: 11.03.2021).

Samilyk, T. O. (2020). Model synesteziynykh metafor (slukhovyykh, zorovykh, smakovykh, taktyl'nykh ta niukhovyykh) vidchuttiv v suchasni anglo-movni prozi. [A model of synesthetic metaphors (auditive, visual, degustative, heptical and olfactory) of sensations in the modern English prose]. *Perekladatski innovatsii: materialy X Vseukrayinskoi studentskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Sumy, 20–21 bereznia 2020 r.* / redkol. S. O. Shvachko, I. K. Kobiakova, O. O. Zhulavska, ta in. Sumy: Sumskii derzhavnyi universytet, 163–165. URL: https://ifsk.sumdu.edu.ua/images/doc/PI_IFSK_2020.pdf (Last accessed: 14.03.2021).

Sirenko, A.-I. Yu. (2020). Model synesteziynykh (taktyl'nykh i smakovykh) metafor v suchasni anglo-movni prozi. [A model of synesthetic (heptical and degustative) metaphors of sensations in the modern English prose]. *Perekladatski innovatsii: materialy X Vseukrayinskoi studentskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Sumy, 20–21 bereznia 2020 r.* / redkol. S. O. Shvachko, I. K. Kobiakova, O. O. Zhulavska, ta in. Sumy: Sumskii derzhavnyi universytet, 165–166. URL: https://ifsk.sumdu.edu.ua/images/doc/PI_IFSK_2020.pdf (Last accessed: 14.03.2021).

Kuzmenko, Yu. G. (2007). Poniattia sensorno-chuttievoi sfery v riznykh naukovykh paradygmakh. [The notion of sensorial – sensitive sphere in various scientific paradigms]. *Problemy semantyky, pragmatyky ta kognitivnoi lingvistyky* : zb. nauk. pr. M-vo osvity I nauky Ukrainy, Kyivskii nats. un-t im. T. Shevchenka. K.: LOGOS, Vyp. 12, 234–238.

Cherepanov, M. V. (2001). Fenomen razvitiya yazyka v interpretatsii V. Gumbolda, I. A. Boduena de Kurtene i N. V. Krushevskogo. [Language development phenomenon in the interpretation of V. Humboldt, I. A. Boduen de Courtene, N. V. Krushevsky]. *Boduen de Kurtene i sovremiennaia lingvistika : Boduenovskiye chteniya* : Mezhdunar. nauch. konf., 11–13 dekabria 2001 goda, Kazan: trudy i materialy : v 2 t. / pod obshch. red. K. R. Galiullina, G. A. Nikolayeva. Kazan: Izd-vo Kazan. un-ta, T. 1, 35–37.

Kolpakova, H. V. (2003). Sinonimia v leksikografii [Synonymy in Lexicography]. *Sopostavitelnaia filologia i polilingvizm*: zb. nauch. trudov Vseros. nauchno-praktich. konf. v Kazanskom un-tie, 29–31 oktiabria 2002 goda. / pod obshch. red. A. A. Aminovoi, N. A. Andramonovoi. Kazan: KGU, 95–102.

УДК 811.111'36

**INTERPRETING DETACHED CONSTRUCTIONS WITH EXPLICIT
SUBJECT THROUGH THE PRISM OF RELATED TERMS
ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ВІДОКРЕМЛЕНИХ НЕОСОБОВОДІЄСЛІВНИХ І
НЕДІЄСЛІВНИХ КОНСТРУКЦІЙ З ЕКСПЛІЦИТНИМ СУБ'ЄКТОМ
КРІЗЬ ПРИЗМУ СУМІЖНИХ ГРАМАТИЧНИХ ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ**

Вікторія ЖУКОВСЬКА

Київський національний лінгвістичний університет

victoriazhukovska@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-4622-4435

DOI: [HTTPS://DOI.ORG/10.31861/GPH2021.831-832.48-60](https://doi.org/10.31861/GPH2021.831-832.48-60)

This article provides a comprehensive account of the English detached nonfinite and nonverbal constructions with the explicit subject within the framework of construction grammar. The study

overviews the terms utilized in Western grammatical studies to nominate the investigated syntactic structures. Depending on the ontological and gnoseological assumptions of a particular linguistic approach, the analyzed terms highlight specific aspects of the syntactic structures under study (morphosyntactic features, syntactic functions, the subject's case, coreference with the matrix clause, intonation and punctuation marking), and, therefore, cannot fully reveal the nature of the given syntactic phenomenon. The paper discusses the advantages of the term “detached nonfinite and nonverbal constructions with the explicit subject” for cognitive and quantitative operationalization and theoretical substantiation of the examined structures. The component *construction* is used in the interpretation of the cognitive construction grammar and defined as a noncompositional language sign, a complex pairing of form and meaning, where some aspects of the forms or the meanings cannot be derived from the form and the meaning of its components or from other existing constructions. In present-day English detached [_{aug/øaug}[Subj_{NP}] [Pred_{NF/VL}]] *constructions* constitute a taxonomic constructional network represented through a multiple hierarchy of adjunct clauses combined with the plane of detachment. The network of the analyzed constructions is developed around the constructional schema, represented by the construction of the highest degree of schematicity and abstraction (macro-construction). The features of the macro-construction are inherited by the constructions of a lower level – meso-constructions and individual micro-constructions and are reflected in the specific realized constructions – constructs.

Key words: construction, construction grammar, detached syntactic structures.

Статтю присвячено інтерпретації англійських відокремлених неособоводієслівних і недієслівних конструкцій з експліцитним суб'єктом із позиції конструкційного підходу. Здійснено систематизацію варіантів найменувань неособоводієслівних і недієслівних синтаксичних утворень з експліцитним суб'єктом у західних граматичних студіях. З'ясовано, що залежно від онтологічних та гносеологічних настанов конкретного лінгвістичного підходу засвідчені найменування акцентують певні аспекти досліджуваних синтаксичних структур (морфосинтаксичні характеристики, синтаксичну функцію, відмінок суб'єкту, відносини з пропозицією/ конститuentом матричної клаузи, інтонаційне та пунктуаційне оформлення) і характеризуються неповнотою розкриття природи аналізованого синтаксичного феномену. Обґрунтовано переваги поняття “*відокремлені неособоводієслівні та недієслівні конструкції з експліцитним суб'єктом*” для когнітивно-квантитативної операціоналізації і теоретичної актуалізації досліджуваних синтаксичних утворень. У складі запропонованого поняття компонент *конструкція* використовується у його розумінні конструкційним напрямом когнітивних досліджень та визначається як некомпозиційний мовний знак, що характеризується єдністю форми та змісту (значення/ функції), в якому певний аспект плану вираження (форми) або плану змісту (значення/ функції) не визначається з форми і змісту його компонентів чи з інших наразі наявних у мові конструкцій. У сучасній англійській мові відокремлені [_{aug/øaug}[Subj_{NP}] [Pred_{NF/VL}]]-конструкції утворюють таксономічну конструкційну мережу, яка репрезентується через множинну ієрархію ад'юнктивних типів клауз, поєднану з планом відокремлення. Мережа аналізованих конструкцій розгортається навколо конструкційної схеми, представленої конструкцією найвищого ступеня схематичності та абстрактності – макро-конструкцією, ознаки якої успадковуються менш абстрактними мезо-конструкціями та індивідуальними мікро-конструкціями й втілюються у конкретних реалізованих конструкціях – конструктах.

Ключові слова: конструкція, граматики конструкцій, відокремлені синтаксичні структури, неособоводієслівні синтаксичні утворення, недієслівні синтаксичні утворення.

Вступ. Вивчення складних реченневих утворень та їхніх складників належить до найактуальніших питань сучасної граматики з огляду на вагомі зрушення, що відбуваються у мовознавстві під впливом новітніх теоретичних моделей, зокрема *когнітивно-квантитативного підходу* у лінгвістичних

дослідженнях, що охоплює *когнітивно-конструкційні* (Ch. Fillmore, P. Kay, C. O'Connor (1988), H. C. Boas, M. Fried (2005), A. Bergs, G. Diewald (2008), A.E. Goldberg (1995, 2006, 2019) та ін.), *корпусо-орієнтовані* (P. Baker (2010), W. J. Crawford, E. Csomay (2016), A. Stefanowitsch (2020) та ін.) та *лінгво-квантитативні* (S. Th. Gries, A. Stefanowitsch (2004, 2013), S.Th. Gries (2015), V. Brezina (2018) та ін.) дослідження. Пріоритетними напрямками нинішніх граматичних студій є вивчення кола питань, пов'язаних із розкриттям природи мовних явищ у синхронному аспекті, зокрема з метою аналізу варіативності формальних, семантичних і функціональних властивостей окремих граматичних одиниць (Л.А. Долгополова, І.Є. Снісаренко, М.В. Полховська та ін.) та граматичних підсистем (І.Р. Буніятова, А.П. Загнітко, Т.І. Домброван та ін.).

Однією з актуальних проблем граматичної теорії, яка потребує опрацювання з позицій новітніх теорій мови, є висвітлення системно-мовних, дистрибутивних та функційно-прагматичних характеристик таких складних синтаксичних утворень як відокремлені неособоводієслівні (*nonfinite*) та недієслівні (*nonverbal*) клаузи з експліцитно вираженим суб'єктом, що є аломорфними засобами вираження відокремлених адвербіальних структур сучасної англійської мови (Корунець, 2004, с. 372-373).

Окреслені синтаксичні утворення є особливими синтаксичними утвореннями англійського синтаксису з відмінними від організації інших структур принципами і законами побудови. Ці синтаксичні одиниці є вторинно-предикативними комплексами бінарної структури [NP XP], в яких експлікований вторинний суб'єкт, відмінний від суб'єкту матричної клаузи, виражений номінативною групою (NP), а вторинний предикат (XP) – неособовою формою дієслова (*Participle I, Participle II, to-Infinitive*) або недієслівною частиною мови (*NP, AP, AdvP, PP*). Аналізовані утворення приєднуються до матричної клаузи за допомогою спеціальних сполучних слів (аугменторів) (*with, without, what with, despite, but* та *and*) або безсполучниково, як-от:

(1) MC [The **experiment** was repeated many times], DC [*with* [NP **the bats**] [XP **taking turns to be the starved victim**]] (BNC-BYU, ARR) (*British National Corpus*).

(2) MC [He clutched at a rail and held on], DC [[NP **heart**] [XP **thumping**]], DC [[NP **the blood**] [XP **pounding in his ears**]], DC [[NP **his mind**] [XP **wailing for mercy**]] (BNC-BYU, B1X) (*British National Corpus*).

Аналіз останніх публікацій. Специфіка окреслених синтаксичних утворень як об'єкта дослідження вітчизняних та закордонних граматичних студій полягає у тому, що їхні окремі аспекти привертати увагу практично всіх лінгвістичних напрямів і шкіл: *традиційної граматики* (Stump (1985), Попович (1990), Nakagawa (2008), Kortmann (2013) та ін.); *генеративної граматики* (Riemsdijk (1978), McCawley (1983), Felser, Britain (2007) та ін.); *системно-функціональної граматики* (He, Yang (2015), Khamesian (2016) та ін.); *корпусо-базованої лінгвістики* (Duggley, Dion-Girardeau (2015), He, Yang (2015), Fonteyn, van de Pol (2015) та ін.) й *конструкційної граматики* (Riehemann, Bender (1999), Bouzada-Jabois, Pérez-Guerra (2016) та ін.). Наслідком такого дослідницького інтересу є, з одного боку, достатньо повно окреслений науковий контекст вивчення зазначеної проблематики, а з іншого, – термінологічна

невпорядкованість, що стосується найменування цих синтаксичних одиниць, та відсутність чітких критеріїв їхнього виокремлення і класифікації. Залежно від дослідницького контексту досліджувані синтаксичні утворення відносять до різних термінів і понять. У цьому аспекті особливої актуальності набуває проблема термінологічного витлумачення поняття “відокремлені неособоводієслівні та недієслівні конструкції з експліцитним суб’єктом” з опертям на суміжні граматичні терміни та поняття, що дасть змогу досягти термінологічної і методологічної визначеності дослідження.

Метою запропонованої статті є інтерпретація поняття “відокремлені неособоводієслівні та недієслівні конструкції з експліцитним суб’єктом” із позиції когнітивно-конструкційного підходу у сучасних лінгвістичних дослідженнях. Завдання дослідження включають: 1) систематизацію варіантів найменувань неособоводієслівних і недієслівних синтаксичних утворень з експліцитним суб’єктом у західних граматичних студіях, визначення поняттєвих обсягів відповідних лінгвістичних понять та окреслення сутнісних розбіжностей, що не дозволяють адекватно здійснити ідентифікацію та верифікацію досліджуваних синтаксичних утворень; 2) термінологічне витлумачення поняття “відокремлені неособоводієслівні та недієслівні конструкції з експліцитним суб’єктом” та обґрунтування його переваг для когнітивно-квантитативної операціоналізації означених синтаксичних одиниць.

Методи дослідження включають аналіз, систематизацію, класифікацію та елементи методу моделювання формально-семантичних властивостей граматичної конструкції у термінах когнітивно-конструкційного напрямку.

Результати та обговорення. Термінологічне позначення неособоводієслівних і недієслівних клауз з експлікованим суб’єктом не отримало однозначного вирішення у граматичних студіях. Конвенційно аналізовані структури номінуються як “абсолютні конструкції” (*absolute constructions*) (від латинського *absolūtum* – “вільний”, “незалежний”, “непов’язаний” (Wheelock, 2005, с. 155-157), “що знаходиться поза синтаксичним зв’язком” (Бархударов, 1966, с. 134; Ильин, 1971, с. 260; Jespersen, 1984, с. 126; Quirk, Greenbaum, Leech і Svartvik, 1985, с. 1120) або ж “анормально поєднаний з рештою речення” (Crystal, 2008, с. 2)), проте огляд західних публікацій кінця ХІХ століття до сучасності виявив паралельне вживання принаймні двадцяти семи варіантів найменувань означених синтаксичних одиниць. Засвідчені номінації було розподілено на дві групи: номінації, у складі яких присутній лексичний елемент “*absolute*” (група “*absolute +*”), та номінації, в яких цей елемент відсутній (“*absolute –*”). Проаналізувавши кількісний склад виокремлених груп, встановлено, що номінації з елементом “абсолютний” (*absolute, absolute*) переважають у граматичних працях. Група “*absolute +*” включає дев’ятнадцять варіантів найменувань, як-от: “*absolute constructions*” (Berent (1973), McCawley (1983), Mitchel (1985), Stump (1985) та ін.), “*absolute participles*” (Callaway (1890), Ross (1893)), “*absolute clause*” (Quirk et al. (1985), Biber et al. (1999), He (2013)), “*absolute nominative*” (Curme (1931), “*absolute participle construction*” (Zandvoort (1972)), “*absolute free adjuncts*” (Kruisinga (1932), Beukema (1980)), “*absolute structures*” (Annema (1924), Ervin (1968)), “*absolutes*” (Berent (1973),

(1975), Stump (1985), Haff (2012), Kortmann (2013), Martinčić (2014)), “*absolute phrases*” (Dini (1994), Kolln (1994)), “*nominative absolute*”, “*accusative absolutes*” (Nakagawa (2011) Tanaka T. (2005)) та ін. т. Натомість група номінацій “*absolute –*” є менш представленою і включає такі номінації як “*nexus tertiary*” (Jespersen (1949)), “*closed adjuncts*” (Fabricius-Hansen, Haug, Søbø (2012)), “*gerundivized clauses*” (Talmy (1978)), “*supplements*” (Huddleston, Pullum (2002)), “*detached constructions*” (Combett (1998)), “*‘detached’ (adverbial) participle clauses*” (Ingrid (2002)) та “*detached adjuncts*” (Burton-Roberts (2006)).

Залежно від онтологічних і гносеологічних настанов конкретного лінгвістичного підходу кожне із засвідчених найменувань акцентує певні аспекти досліджуваних синтаксичних структур (морфосинтаксичні характеристики, синтаксичну функцію, відмінок суб’єкту, відносини з пропозицією/конституентом матричної клаузи, інтонаційне та пунктуаційне оформлення) і, як наслідок, характеризується неповнотою розкриття природи аналізованого синтаксичного феномену. До прикладу, номінація “*gerundivized clauses*” (Talmy, 1978) підкреслює, що вершинним елементом виступає герундій. У деяких граматиках ця номінація вживається на позначення іншої синтаксичної структури – номінативні *-ing* клаузи (Kortmann, 1991, с. 19). По суті, це найменування є неприйнятним, оскільки у сучасній англійській мові роль предикату неособоводієслівних підрядних клауз з експліцитним суб’єктом виконує дієприкметник теперішнього часу, а не герундій. Крім того, у цьому найменуванні не беруться до уваги синтаксичні утворення з іншими типами неособоводієслівних та недієслівних предикатів. З огляду на існування недієслівних типів підрядних клауз з експліцитним суб’єктом не вповні доречними вважаємо терміни “*participial absolutes*”, “*absolute participle construction*” (Zandvoort, 1975; Loporcaro, 2003), які використовуються на позначення відмінних синтаксичних явищ (автогіпонімія): 1) абсолютних дієприкметникових конструкцій, що характеризуються відсутністю або наявністю кореференційного зв’язку з головним реченням, контролю суб’єкта матричної клаузи; 2) дієприкметникових зворотів (дієприкметникових обставинних комплементів (*participial circumstantial complement*) (Loporcaro, 2003, с. 202-203), що включають залежні та абсолютні дієприкметникові звороти (див. Табл.1):

Таблиця 1

Відмінності у трактуванні поняття “абсолютний”

“абсолютний” ₁		“абсолютний” ₂	
<i>participial absolute</i> (=абсолютний ₁)		<i>participial circumstantial complement</i> (=PCC)	
некорелативний (<i>non-controlled</i>)	корелативний (<i>controlled</i>)	абсолютний ₂ (<i>absoloute</i>)	залежний (<i>dependent</i>)

Не зважаючи на традиційність і конвенційність, номінації з елементами “*absolute*” і “*absolute*” є доволі оманливими в аспекті розуміння граматичної природи синтаксичних одиниць, що ними позначаються. До прикладу, дослідники (Thompson, Longacre і Hwang, 2007, с. 264) поняттям “*absolute clauses*” дефінують підрядні клаузи, які відповідають таким умовам: 1) клауза лінгвально маркована як підрядна; 2) відсутній експліцитний зв’язок між матричною і

підрядною клаузами; звідси 3) інтерпретація зв'язку між матричною і підрядною клаузами залежить від прагматичного і лінгвістичного контексту. Проте, зважаючи на можливість у сучасній англійській мові маркувати синтаксичну підпорядкованість клаузи номіналізацією дієслова, а не лише за допомогою лінгвального вираження підрядних відношень, до “*absolute clauses*” відносяться як підрядні неособово-дієслівні й недієслівні клаузи з власним суб'єктом, так і без нього (“*free adjuncts*”). Крім того, вказана відсутність експліцитного зв'язку між матричною і підрядною клаузами не означає “відірваність” чи відсутність будь-якого зв'язку. Між матричною і підрядною клаузами наявні різноманітні смислові зв'язки (Алексеева, 2011). У цьому аспекті слушною є думка Б. Кортмана (Kortmann, 1991, с. 20), який вважає, що вживання понять “*absolute*” і “*absolute*” у трактуванні авторів (Thompson, Longacre і Hwang, 2007) призводить до розмитості первинної мотивації класифікувати певну структуру як абсолютну. Оригінальне потрактування поняття “абсолютний” стосується його розуміння як відмінкової маркованості суб'єкта-NP в неособово-дієслівних та недієслівних клаузах. Абсолютний відмінок (*casus absolutus*) не повинен керуватися дієсловом у матричній клаузі, як, наприклад, у латинському *ablativus absolutus*. На противагу, критерієм виокремлення латинського *participium coniunctum* є керований особовим дієсловом відмінок його суб'єкта. Крім того, суб'єктом *participium coniunctum* є матричний суб'єкт, а *ablativus absolutus* не поділяє жодного аргумента з матричною клаузою та має власний експлікований суб'єкт. Як зазначає В. Ярцева, “незалежність” абсолютної конструкції виникає не через відсутність її синтаксичного зв'язку з матричним реченням – такий зв'язок все одно є у будь-якому випадку – а через те, що абсолютний дієприкметниковий зворот має у своєму складі вказівку на суб'єкт відмінний від суб'єкта головного складу речення (Ярцева, 1961, с. 162). Водночас така відмінність є лише у поверхневій структурі, оскільки латинський *ablativus absolutus*, як і будь-який інший тип абсолютної конструкції, не виключає логічний зв'язок, а у деяких випадках і повну кореференцію, між її суб'єктом та суб'єктом матричної клаузи (Kortmann, 1991, с. 21). Погоджуємося з А. Руппель, яка переконана, що у загальному значенні “не пов'язані, граматично незалежні від решти речення”, абсолютні конструкції є не більш абсолютними, ніж багато інших обставин часу чи місця (Ruppel, 2013, с.7). З огляду на наявність логічного зв'язку між абсолютною конструкцією та матричним реченням Дж. Айкен пропонує визнати абсолютним просте самостійне речення та його еквіваленти (Aiken, 1933 процитований у праці Алексеевої, 2001, с. 114).

Саме відсутність спільного аргумента в абсолютній конструкції та матричної клаузи є причиною аблативного маркування суб'єкта-NP неособоводієслівної клаузи та визначення абсолютної конструкції периферійним членом речення (Kortmann, 1991, с. 21). Звідси за визначенням, якщо у конструкції відсутній експлікований суб'єкт-NP, така конструкція не може бути віднесена до абсолютних конструкцій.

Номінація “*absolute participle construction*” також є дискусійною, адже “*absolute*” у цьому випадку не стосується відмінкового маркування дієприкметника. Як вже йшлося вище, у латинському *ablativus absolutus*

маркування абсолютним відмінком вершини предикативного елемента конструкції, де дієприкметник є лише одним із можливих варіантів, сигналізує передовсім узгодження з суб'єктом абсолютної конструкції (Zandvoort, 1975, с. 37; Kortmann, 1991, с. 22).

У сучасній англійській мові прономінальні (*pronominal*) суб'єкти абсолютних конструкцій мають два відмінкові маркування: (стандартний) номінативний та (нестандартний) об'єктний відмінки (Curme, 1931, с. 152), а непрономінальні (*nonpronominal*) суб'єкти немарковані в аспекті відмінку (Curme, 1931, с. 154; Visser, 1972, с. 1148; Jespersen, 1984, с. 126; Kortmann, 1991, с. 12). Звідси номінації "*nominative absolute(s)*", "*nominative absolute construction*", як і номінації *accusative absolutes* релевантні лише для частини абсолютних конструкцій з прономінальним суб'єктом. У цілому, вказівка на відмінкове маркування суб'єкта абсолютних конструкцій є нерелевантною для сучасної англійської мови, виступаючи радше як критерій специфікації, а не класифікації.

Номінації "*absolute adjuncts*", "*absolute free adjuncts*", "*absolute adjunct constructions*" акцентують синтаксичну функцію цих одиниць. Утім з огляду на той факт, що крім адverbіальної функції означені синтаксичні утворення виконують низку інших функцій (Sakakibara, 1982), використання цих найменувань також є дискусійним.

Отже, огляду на певну умовність і загальноприйнятність поняття "*absolute*", деякі граматисти пропонують вживати номінації "*independent*" (Heironimus, 1935, с. 299), "*nexus tertiary*" (Jespersen, 1949, с. 45), "*supplementive clauses*" (Biber, 1991) або "*closed adjuncts*" (Fabricius-Hansen, Haug i Sæbø, 2012) на позначення неособоводієслівних і недієслівних клауз з експліцитним суб'єктом.

Для подолання неузгодженості й невизначеності у трактуванні аналізованих синтаксичних одиниць, пропонуємо номінацію "*відокремлені неособоводієслівні і недієслівні конструкції з експліцитним суб'єктом*". Концептуалізацію запропонованого поняття здійснюємо з позицій конструкційної граматики (Fillmore, Kay, O'Connor (1988), Boas, Fried (2005), Goldberg A.E. (1995, 2006, 2019) та ін.).

На початку обґрунтуємо вживання елемента "відокремлений" у складі запропонованої номінації. Одним із варіантів перекладу латинського *absolutus* англійською є "*detached from and detachable from the rest*" (Morgan, 2013, с. 104), тобто «відокремлений від або той, що відокремлюється від» (переклад наш – В.Ж.). У впливовій корпусо-керованій граматиці "Longman Grammar of Spoken and Written English" (2007) досліджувані структури належать до класу відокремлених предикативів (*detached predicatives*), що мають слабкий (*loose*) зв'язок із ядром речення і типово розташовуються на початку або в кінці речення (Biber, Johanson, Leech, Conrad i Finegan, 1999, с. 137-138).

Я. Рецкер також стверджує, що абсолютний зворот має *відокремлений* (виділення курсивом наше – В.Ж.) характер та визначає абсолютність як особливий тип синтаксичного зв'язку, що передбачає вільне примикання. Вчений виокремлює такі граматичні ознаки відокремленості, як 1) внутрішній предикативний зв'язок звороту; 2) фіксований порядок слів розташування його компонентів; 3) змістовна та інтонаційна залежність від головного складу (неповна інтонація повідомлення)

(Рецкер, 1953, с. 4). Всі перераховані ознаки притаманні неособоводієслівним та недієслівним клаузам з експліцитним суб'єктом.

М. Ганшина та Н. Василевська (*Ganshina i Vasilevskaya, 1964*), трактують неособоводієслівні й недієслівні клаузи з експліцитним суб'єктом як *відокремлену* другорядну частину речення, поєднану з головним реченням семантично та інтонаційно, не маючи при цьому експліцитного вираженого синтаксичного зв'язку з ним. Таку ж думку обстоює і Ю. Богоявленська, яка зазначає, що відносна незалежність абсолютної дієприкметникової конструкції від предикативного ядра основного речення відбивається в її інтонаційному *відокремленні*, водночас залишаючись у межах його інтонаційних меж завдяки реалізованим обставинним значенням (*Богоявленская, 2014, с. 15*).

Дж. Керм розглядає аналізовані структури у розділі “Незалежні елементи” (*Independent elements*) поряд з вигуками, прямим зверненням та абсолютним дієприкметником. Під незалежними елементами граматист розуміє “слова, фрази чи клаузи, що не пов'язані граматично з іншими частинами речення, або, які розташовані *окремо*, не проявляючи будь-якого граматичного зв'язку” (*Curme, 1931, с. 151*) (*виділення наше – В.Ж.*).

Б. Комбет на позначення неособоводієслівних і недієслівних клауз, що містять власний лексичний підмет, послуговується терміном “відокремлені конструкції” (*detached constructions*) (*Combettes, 2005*). Услід за Д. Байбером та його співавторами (*Biber, Johanson, Leech, Conrad i Finegan, 1999*), І. Вестін (*Westin, 2002*) виокремлює *відокремлені* аугментовані та неаугментовані дієприкметникові клаузи “‘*detached*’ (*adverbial*) *participle clauses*”, що трактуються дослідницею як маркери наративного дискурсу.

У баченні С. Томпсон, дієприкметникові звороти (серед яких і ті, які мають власний підмет) вважаються відокремленими, де “*відокремлений*” означає “...відмежований паузами ... маркований комами на письмі” (*Thompson, 1983, с. 43*). Суголосні думки висловлює С. Дік, який відносить аналізовані синтаксичні структури до так званих “позаклаузних конститuentів” (*extraclausal constituents*), що включають одиниці, що характеризуються ослабленим зв'язком з матричною клаузою та типово відокремлені пунктуаційно (*Dik, 1997, с. 381*).

Н. Бертон-Робертс розглядає *відокремлені* ад'юнкти (*detached adjuncts*), під якими розуміє вирази, “що у певному сенсі “вміщуються” в іншому виразі, але нічого не вносять у його структуру” (*Burton-Roberts, 2006, с. 179*).

Дослідники (*Fabricius-Hansen, Haug i Sæbø, 2012, с. 43*) вирізняють з одного боку “неінтегровані” (*non-integrated*), “відокремлені” (*detached*), “доповнювальні” (*supplementary*) та “вільно поєднані” (*loosely attached*) ад'юнкти, а з іншого – інтегровані (*integrated*) з матричною клаузою ад'юнкти. Відокремлений статус ад'юнктивів позначається пунктуацією на письмі, переважно комою. Автори називають їх (орфографічно) *відокремленими* ад'юнктами, оскільки такі синтаксичні одиниці відділені від матричної клаузи знаками пунктуації. В усному мовленні відокремлення корелює з просодичним відокремленням, таким чином відокремленні висловлення утворюють власні інтонаційні фрази.

Утворюючи окрему інтонаційну фразу, відокремлені неособоводієслівні й недієслівні клаузи з експліцитним суб'єктом не впливають на інформаційну

структуру матричної клаузи, а отже не можуть бути фокусом при фоновій матричній клаузі або асоціюватися з фокусними структурами у матричній клаузі. Зауважимо, що орфографічне відокремлення також сигналізує, що досліджувані утворення не є фокусованим релятивом до матричної клаузи, наприклад:

a. *The unicorn only stood there, with its horn glittering in the sunshine.*

b. # *The unicorn only stood there with its horn glittering in the sunshine.*

Пунктуаційна маркованість відокремлення варіюється від мови до мови, а надійні емпіричні розвідки кореляції між орфографічним та просодичним відокремленням наразі практично відсутні (*Fabricius-Hansen, Haug i Sæbø, 2012, с. 43*). Згідно з правилами пунктуації сучасної англійської мови неособоводієслівні й недієслівні клаузи з експліцитним суб'єктом завжди маркуються пунктуаційними знаками на письмі. Крім ком, зазначені синтаксичні утворення можуть відділятися й іншими знаками, до прикладу, тире, дужками, що зумовлено загальними тенденціями до зміни у кількісному та якісному складі пунктуаційних знаків у сучасній англійській мові та переорієнтації їхньої функціонального навантаження (*Салькова і Мачина, 2012, с. 53*), а також введенням нових знаків пунктуації, пов'язаних з реалізацією емотивної функції (*Салькова і Мачина, 2012, с. 59*).

Відзначимо, що у запропонованій номінації елемент “конструкція” використовується не в усталеному традиційному трактуванні як “сполучення слів (одиниць мови), утвореного за граматичними правилами” (*Жеребило, 2005, с. 136*), “синтаксичне ціле, утворене із поєднаних в мовленні мовних одиниць, що сполучаються внаслідок наявності в них певних граматичних властивостей” (*Ахманова, 1969, с. 205*) а у новій інтерпретації, прийнятій у Граматиці конструкцій. У світлі теоретико-методологічних положень Граматики конструкцій як граматичного втілення когнітивної лінгвістики (*Fillmore, O'Connor (1988), Goldberg (1995, 2019), Östman, Fried (2004), Croft (2008), Hoffmann, Trousdale (2013), Hilpert (2019)*), конструкція – некомпозиційний мовний знак, що характеризується єдністю форми та змісту (значення/ функції), в якому певний аспект плану вираження (форми) або плану змісту (значення/ функції) не визначається з форми або змісту його компонентів чи з інших наразі наявних у мові конструкцій та являють собою поєднання визначеного концептуального змісту та конкретної синтаксичної форми (*Goldberg, 2019; Hoffmann, 2017; Wasserscheidt, 2019*). Досліджувані синтаксичні одиниці схематично репрезентуються:

FORM: [_{aug/øaug} [Subj_{NP}] [Pred_{NF/VL}]] ↔ MEANING: [...]_{FUNCTION}

де їх значення як структур рівня клаузи трактуємо не як закодовану семантику, а як функцію у дискурсі.

Окреслені відокремлені [_{aug/øaug}[Subj_{NP}] [Pred_{NF/VL}]]-конструкції утворюють таксономічну конструкційну мережу, яка репрезентується через множинну ієрархію ад'юнктних типів клауз, поєднану з планом відокремлення. Мережа аналізованих конструкцій розгортається навколо конструкційної схеми (*constructional scheme*), представлені конструкцією найвищого ступеня схематичності та абстрактності – макро-конструкцією (*detch-Subj Pred_{nf/vl}-cnx*), ознаки якої успадковуються менш абстрактними мезо-конструкціями (*aug-*

*detcht-Subj Pred_{nf-cnx}, unaug-detcht-Subj Pred_{nf-cnx}, aug-detcht-Subj Pred_{vl-cnx}, unaug-detcht-Subj Pred_{vl-cnx}) та індивідуальними мікро-конструкціями (aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{PartI-cxn}, aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{PartII-cxn}, aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{Inf-cxn}, aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{NP-cxn}, aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{PP-cxn}, aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{AdvP-cxn}, aug/unaug-detcht-Subj_{Noun} Pred_{AP-cxn}...) і втілюються у конкретних реалізованих конструкціях – *конструктах* (*his cheeks burning suddenly, with thick spectacles perched at the very end of his nose, without insects crawling in my hair and vermin nibbling my toes, despite oil being the lifeblood of industrial (modern) society ...*).*

Підтвердженням правомірності трактування ВКЕС як *конструкцій* слугують їхні ідіосинкратичні особливості, що не виводяться із властивостей компонентів, як-от: 1) бінарна структура [NP XP]; 2) вторинно-предикативний тип зв'язку між компонентами (перший – вторинний суб'єкт (NP), відмінний від суб'єкта матричної клаузи, другий – вторинний предикат (XP)); 3) визначений спосіб вираження компонентів (вторинний суб'єкт є іменною групою (NP), а вторинний предикат (XP) – неособова форма дієслова (Participle I, Participle II, to-Infinitive) або недієслівна форма (NP, AdjP, AdvP, PP); 4) фіксований порядок компонентів (NP завжди передує XP); 5) визначений тип зв'язку з матричною клаузою (відсутність аугментації (безсполучниково) або обмеженим набором аугменторів (*with, what with, without, despite, but, and*)); 6) рівноправність і взаємозалежність компонентів; 7) інформаційна цілісність; 8) відносна самостійність у структурі речення; 9) пунктуаційна/ інтонаційна відокремленість від матричної клаузи (*Жуковська, 2019*).

Висновки. Структурна варіативність номінацій, що вживаються на позначення відокремлених неособоводієслівних і недієслівних клауз з експліцитним суб'єктом у граматичних дослідженнях, неоднозначність їхніх поняттєвих обсягів, прив'язаність до наукового контексту конкретного дослідження, а також відсутність чітких критеріїв віднесення синтаксичних одиниць до їх складу, визначає необхідність впровадження і термінологічного витлумачення нового базового поняття, що сприятиме адекватній когнітивно-квантитативній операціоналізації та теоретичній актуалізації досліджуваних синтаксичних утворень. Таким поняттям може стати запропонована номінація “*відокремлені неособоводієслівні і недієслівні конструкції з експліцитним суб'єктом*” в інтерпретації когнітивно-конструкційного підходу. Однією із перспектив подальших розвідок з окресленої проблематики є здійснення квантитавно-корпусної параметризації лінгвальних властивостей відокремлених конструкцій з експліцитним суб'єктом у сучасній англійській мові.

Список літератури

- Алексеева В. А. Функционирование беспредложных абсолютных конструкций в английском дискурсе. *Вестник МГЛУ*. Москва, 2011. Выпуск 27 (633). С. 113–121.
- Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Москва : Издательство «Советская энциклопедия», 1969. 605 с.
- Бархударов Л. С. Структура простого предложения современного английского языка. Москва : Высшая школа, 1966. 200 с.

- Богоявленская Ю. В. Синтаксические особенности абсолютных причастных конструкций (на материале французских газетных текстов). *Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода*. Нижний Новгород. 2014. № 5. С. 15–23.
- Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Назрань : ООО «Пилигрим», 2005. 376 с.
- Жуковська В. В. Семантика граматичної конструкції: корпусно-квантитативний вимір. *Studia Philologica*. Київ, 2019. Вип. 13. № 2. С. 28–35. doi.org/10.28925/2311-2425.2019.13.4.
- Ильиш Б. И. Структура современного английского языка. Ленинград, М. : Просвещение, 1971. 385 с.
- Корунець І. В. Порівняльна типологія української та англійської мови : навч. посіб. Вінниця : Нова книга, 2004. 464 с.
- Рецкер Я. И. Стилистико-грамматическое значение абсолютных конструкций в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. Москва, 1953. 23 с.
- Салькова М.А., Мачина О.А. Современные тенденции в кодировании смыслов в письменных традиционных и медийных видах дискурса. *Вестник МГЛУ*. Москва, 2012. Выпуск 27 (660). С. 45–60.
- Ярцева В.Н. Исторический синтаксис английского языка. Москва, Ленинград : Издательство Академии наук СССР, 1961. 308 с.
- Biber D., Johanson S., Leech G., Conrad S., Finegan E. Longman Grammar of Spoken and Written English. London : Longman, 1999. 1204 p.
- British National Corpus (BNC-BYU). URL: <http://corpus.byu.edu/bnc/> (дата звернення: 24.02. 2021).
- Burton-Roberts N. Parentheticals. *Encyclopedia of language and linguistics*. Amsterdam, 2006. P. 179–182.
- Combettes B. Les constructions détachées comme cadres de discours. *Langue Française*. 2005. № 4. P. 31–44.
- Crystal D. A dictionary of linguistics and phonetics (6th ed.) Oxford : Blackwell Publishing, 2008. 529 p.
- Curme G. O. A Grammar of the English Language: Syntax Vol. 3 D.C. *Heath and Company*, 1931. 616 p.
- Dik S. C. The theory of functional grammar. Part II: Complex and derived constructions. Berlin : Mouton de Gruyter, 1997. 477 p.
- Fabricius-Hansen C., Haug D.T.T., Sæbø K. J. Closed adjuncts: degrees of pertinence. *Big Events, Small Clauses. The grammar of elaboration*. Berlin, Boston : De Gruyter, 2012. P. 55–92. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110285864>.
- Ganshina M., Vasilevskaya N. English Grammar. Moscow : Vyshaya shkola, 1964. 548 p.
- Goldberg A.E. Explain me this: Creativity, Competition, and the Partial Productivity of Constructions. Princeton/ Oxford : Princeton University Press, 2019. 195 p.
- Heironimus J.P. The “Ablative Absolute”. *The Classical Journal*. 1935. Vol. 30, № 5. P. 298–299. URL: <https://www.jstor.org/stable/i365691> (дата звернення 24. 02. 2021)
- Hoffmann Th. Construction Grammars. *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics*. Cambridge : Cambridge University Press. 2017. P. 310–329.
- Jespersen O. Analytic syntax. Chicago : University of Chicago Press, 1984. 181 p.
- Jespersen O. A modern English grammar on historical principles. Part 4. Syntax. London: Allen & Unwin. 1949. 528 p.
- Kortmann, B.: Free adjuncts and absolutes in English: Problems of control and interpretation. London, New York : Routledge. 1991. 253 p.
- Loporcaro M. The Unaccusative Hypothesis and participial absolutes in Italian: Permuter's generalization revised. *Rivista di Linguistica*. 2003. № 15.2. P. 199–263.
- Morgan J. Imperium Book 3. Princeps: Volume 3. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013. 168 p.
- Quirk R.S., Greenbaum G., Leech G., Svartvik J. A Comprehensive Grammar of the English Language. London : Longman, 1985. 1779 p.
- Ruppel A. Absolute constructions in early Indo-European. N. Y.: Cambridge University Press, 2013. 255 p.
- Sakakibara H. WITH-constructions in English. *Studies in English Literature*, Tokyo : English Literary Society of Japan, 1982. P. 79–95.
- Talmy L. Figure and ground in complex sentences. *Universals of human language*. Stanford : Stanford University Press, 1978. Vol. 4. P. 627–649.
- Thompson S. A., Longacre R. E., Hwang J. J. Adverbial clauses. *Language Typology and Syntactic Description. Vol. II: Complex constructions*. Ed. T. Shopen, Cambridge University Press, 2007. P. 237–300.
- Thompson S. A. Grammar and discourse: The English detached participial clause. *Discourse perspectives on syntax*. New York : Academic Press, 1983. P. 43–64
- Visser F. Th. An Historical Syntax of the English Language. Part II: Syntactical Units With One Verb. Leiden : E.J. Brill, 1972. 1305 p.
- Wasserscheidt Ph. Construction Grammar: Basic Principles and concepts. *Українське мовознавство*. Т. 49. 2019. P. 94–116.

Westin I. Language Change in English Newspaper Editorials. Amsterdam, New York : Rodopi, 2002. 204 p.
Wheelock F. M., LaFleur R. A. Wheelock's Latin (6th ed.). New York : HarperCollins, 2005. 560 p.
Zandvoort R. W. A Handbook of English Grammar (7th ed.). London : Longman, 1975. 365 p.

References

- Alekseeva, V. A. (2013). Funkcionirovanie predlozhnyh i bespredlozhnyh absolyutnyh konstrukcij v angloyazychnom diskurse [Functioning of augmented and unaugmented absolute constructions in English-speaking discourse]. *Vestnik MGLU*. Moscow, Vypusk 26 (686), 113–121.
- Ahmanova, O. S. (1969). *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [A dictionary of linguistic terms]. Moscow : Izdatel'stvo «Sovetskaya enciklopediya».
- Barhudarov, L. S. (1966). *Struktura prostogo predlozheniya sovremennogo anglijskogo yazyka* [The structure of a simple sentence in English]. Moscow : Vysshaya shkola.
- Bogoyavlenskaya, Yu. V. (2014). Sintaksicheskie osobennosti absolyutnyh prichastnyh konstrukcij (na materiale francuzskih gazetnyh tekstov) [Syntactic features of absolute participial constructions (the case of French newspaper texts)]. *Aktual'nye voprosy perevodovedeniya i praktiki perevoda*. Nizhniy Novgorod, № 5, 15–23.
- Zherebilo, T. V. (2005). *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [A dictionary of linguistic terms]. Nazran: «Piligrim».
- Zhukovska, V. V. (2019). Semantyka hramatychnoi konstruktsii: korpusno-kvantityatyvnyi vymir [Semantics of a grammatical construction]. *Studia Philologica*. Kyiv, Vyp. 13, № 2, 28–35. doi.org/10.28925/2311-2425.2019.13.4.
- Il'ish, B. I. (1971). *Struktura sovremennogo anglijskogo yazyka* [The structure of present-day English]. Leningrad, Moskva: Prosveshchenie.
- Korunets, I. V. (2004). *Porivnialna typolohiia ukrainskoi ta anhliiskoi movy: navch. posib* [Comparative typology of Ukrainian and English]. Vinnytsia: Nova knyha.
- Recker, Ya. I. (1953). *Stilistiko-grammaticheskoe znachenie absolyutnyh konstrukcij v sovremennom anglijskom yazyke* [Stylistic and grammatical meaning of absolute constructions in present-day English]. (avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. 10.02.04). Moskva.
- Sal'kova, M. A., Machina, O. A. (2012). Sovremennye tendencii v kodirovanii smyslov v pis'mennyh tradicionnyh i medijnyh vidah diskursa [Modern tendencies in coding of senses in written traditional and media types of discourse]. *Vestnik MGLU*. Moskva, Vypusk 27 (660), 45–60.
- Yarceva, V. N. (1961). *Istoricheskij sintaksis anglijskogo yazyka* [Historical syntax of English]. Moskva, Leningrad: Izdatel'stvo Akademii nauk SSSR.
- Biber D., Johanson S., Leech G., Conrad S., Finegan E. (1999). *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London: Longman.
- British National Corpus* (BNC-BYU) [corpus] – URL: <http://corpus.byu.edu/bnc/> (дата зверн.: 24.02.2021).
- Burton-Roberts N. (2006). Parentheticals. *Encyclopedia of language and linguistics*. Ed. K. Brown, Amsterdam, 179–182.
- Combettes B. (2005). Les constructions détachées comme cadres de discours. *Langue Française*, № 4, 31–44.
- Crystal D. (2008). *A dictionary of linguistics and phonetics* (6th ed.). Oxford : Blackwell Publishing.
- Curme G. O. (1931). *A Grammar of the English Language: Syntax* Vol. 3 D.C. *Heath and Company*.
- Dik S. C. (1997). *The theory of functional grammar. Part II: Complex and derived constructions*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Fabricius-Hansen C., Haug D.T.T, Sæbø K. J. (2012). Closed adjuncts: degrees of pertinence. *Big Events, Small Clauses. The grammar of elaboration*. Berlin, Boston: De Gruyter, 55–92. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110285864>.
- Ganshina, M., Vasilevskaya, N. (1964). *English Grammar*. Moscow : Vyshaya shkola.
- Goldberg, A. E. (2019). *Explain me this: Creativity, Competition, and the Partial Productivity of Constructions*. Princeton/ Oxford: Princeton University Press.
- Heironimus, J. P. (1935). The “Ablative Absolute”. *The Classical Journal*, Vol. 30, № 5, 298–299. URL: <https://www.jstor.org/stable/i365691> (дата звернення 24. 02. 2021).
- Hoffmann, Th. (2017). Construction Grammars. *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 310–329.
- Jespersen, O. (1984). *Analytic syntax*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jespersen, O. (1949). *A modern English grammar on historical principles*. P.4. *Syntax*. London: Allen & Unwin.
- Kortmann, B. (1991). *Free adjuncts and absolutes in English: Problems of control and interpretation*. London, New York: Routledge.
- Loporcaro, M. (2003). The Unaccusative Hypothesis and participial absolutes in Italian: Permuter's generalization revised. *Rivista di Linguistica*, № 15.2, 199–263.

- Morgan, J. (2013). Imperium Book 3. Princeps: Volume 3. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Quirk, R. S., Greenbaum, G., Leech, G., Svartvik, J. (1985). *A Comprehensive Grammar of the English Language*. London: Longman.
- Ruppel, A. (2013). *Absolute constructions in early Indo-European*. New York: Cambridge University Press.
- Sakakibara, H. (1982). *WITH*-constructions in English. *Studies in English Literature*, Tokyo: English Literary Society of Japan, 79–95.
- Talmy, L. (1978). Figure and ground in complex sentences. *Universals of human language*. Stanford: Stanford University Press, Vol. 4, 627–649.
- Thompson, S. A., Longacre, R. E., Hwang, J. J. (2007). Adverbial clauses. *Language Typology and Syntactic Description. Vol. II: Complex constructions*. Ed. T. Shopen, Cambridge: Cambridge University Press, 237–300.
- Thompson, S. A. (1983). Grammar and discourse: The English detached participial clause. *Discourse perspectives on syntax*. New York: Academic Press, 43–64.
- Visser, F. Th. (1972). *An Historical Syntax of the English Language. Part II: Syntactical Units With One Verb*. Leiden: E.J. Brill.
- Wasserscheidt, Ph. (2012). Construction Grammar: Basic Principles and concepts. *Ukrainske movoznavstvo*, T. 49, 94–116.
- Westin, I. (2002). *Language Change in English Newspaper Editorials*. Amsterdam, New York: Rodopi.
- Wheelock, F. M., LaFleur, R. A. (2005). *Wheelock's Latin* (6th ed.). New York: HarperCollins.
- Zandvoort, R. W. (1975). *A Handbook of English Grammar* (7th ed.). London: Longman.

УДК 811.111'25

VARIABLY-INTERPRETIVE POTENTIAL OF THE LITERARY TEXT AND ITS REALIZATION IN THE TRANSLATION (BASED ON CHUCK PALAHNIUK'S NOVEL "FIGHT CLUB")
ВАРІАТИВНО-ІНТЕРПРЕТАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ ТА ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЯ У ПЕРЕКЛАДІ (НА ОСНОВІ РОМАНУ ЧАКА ПОЛАНІКА "БІЙЦІВСЬКИЙ КЛУБ")

Анна ЗАДОРОЖНА, Василь БЯЛИК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

zadorozhna.anna@chnu.edu.ua, v.bialyk@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-8571-5296, ORCID ID 0000-0001-7428-7145

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.60-69>

The article examines the variability of translation of the text of fiction as performed by different translators. The purpose of the work is to study and identify the diversity of the translation strategies and features of their application in the translation of a literary text. The method of comparative analysis proved to be effective in the scientific investigation. The subject of the research is a literary text, its original and translation. The postulates of translation theorists on linguistic variability and multiplicity of translations have been outlined. The subjective-objective activity of the translator as a mediator in bilingual communication was highlighted. The peculiarities of Chuck Palahniuk's writing style have been determined and the preservation of the author's individual style in Ukrainian translations has been analyzed. A comparative analysis of fragments of the translation of the literary text made by Ukrainian translators has been carried out. It was discovered that in the process of translation the translator relies not only on his knowledge of the languages, but also on the general knowledge of other areas of human life. It has been established that the perception and understanding of the text by the recipients depends on how the translator interprets the text of the original and how adequately s/he conveys its context and whether s/he is able to preserve the author's style. The study was based on the novel "Fight Club" by the contemporary American writer Chuck Palahniuk and its translations into Ukrainian by Illia Strongovskiy and Oleh Lesko. It has been proved

that translations made into the same language by different translators can differ significantly from each other.

Key words: translation multiplicity, translator's position, translation strategy, variability, translation studies.

Статтю присвячено вивченню відмінностей перекладацьких тактик, застосованих різними перекладачами при перекладі одного й того ж твору. Мета роботи полягає у дослідженні та виявленні різноманітності спектру перекладацьких стратегій та особливостей їх застосування у процесі перекладу художнього твору. Під час дослідження було застосовано метод порівняльного аналізу та зіставний метод. Предметом дослідження є художній твір в оригіналі та перекладі. У роботі також визначено причини виникнення кількох варіантів перекладу художнього твору. Проаналізовано дослідження теоретиків перекладознавства стосовно мовної варіативності й множинності перекладів. Висвітлено суб'єктивно-об'єктивну діяльність перекладача як посередника у двомовній комунікації. Розглянуто особливості письменницького стилю Чака Поланіка та проаналізовано збереження індивідуального стилю автора у перекладах на українську мову. Проведено порівняльний аналіз фрагментів перекладу художнього твору, здійсненого українськими перекладачами. Виявлено, що у процесі перекладу перекладач спирається не лише на свої досконалі знання мов оригіналу та перекладу, а й на загальні знання з інших сфер людського життя. Встановлено, що від того, як перекладач інтерпретуватиме текст оригіналу та наскільки адекватно передасть його суть і чи зможе зберегти стиль автора, залежатиме сприйняття та розуміння твору реципієнтами тієї культури, на яку здійснено переклад. Матеріалом дослідження було обрано роман сучасного американського письменника Chuck Palahniuk "Fight Club" і його переклади українською мовою, виконані І. Стронговським та О. Леськом. Розглянуто випадки повторюваності у перекладах та їх цілковитої відмінності, пов'язаної із різницею інтерпретації тексту, різноманітністю застосованих перекладацьких тактик та суб'єктивністю трактування тих чи інших особливостей стилю автора оригінального тексту. Встановлено, що, не зважаючи на єдиний текст оригіналу, його переклади, виконані на одну мову різними перекладачами у різний період часу, можуть суттєво відрізнитися один від одного.

Ключові слова: множинність перекладу, перекладацька позиція, стратегія перекладу, варіативність, перекладознавство.

Вступ. Художній переклад спрямований на інтерпретацію навколишньої дійсності, розширення колективної пам'яті людства та подолання міжмовних та міжкультурних бар'єрів. У процесі перекладу художніх текстів головна складність для перекладача полягає в тому, що йому необхідно передати не тільки зміст твору, а й емоційний відтінок тексту і стиль самого автора. Це вимагає наявності мовної компетентності з декількох мов, принаймні двох, та певних фонових знань, які забезпечили б можливість адекватного перекладу художнього твору.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі проведення порівняльного аналізу перекладів художнього твору, репрезентованого романом Чака Поланіка "Бійцівський клуб", з англійської на українську мову.

Актуальність дослідження значною мірою зумовлена потребою виявлення оптимальних шляхів адекватності перекладу художнього твору, повноцінного критичного аналізу першотвору й перекладу під час їх зіставлення, а також зростаючою увагою перекладознавців до варіантологічних аспектів художнього перекладу, необхідністю всебічного аналізу образно-змістової, образно-

формальної інформації і потребою дослідити шляхи реконструкції цієї інформації у перекладі різними перекладачами.

У сучасному глобалізованому світі переклад слід розглядати як необхідну умову для здійснення міжкультурного обміну. Задля його реалізації переклад має бути не тільки адекватним, а й справляти на читача ідентичне до оригіналу враження. Кілька перекладів дають можливість краще зрозуміти оригінальний твір, адже кожен з них по-своєму робить акцент на ключових моментах, завдяки чому загальна суть твору розкривається по-новому. Саме тому важливим є дослідження та аналіз відмінностей у текстах перекладу (далі ТП) задля кращого розуміння тексту оригіналу (далі ТО).

Питання перекладацької множинності завжди привертало увагу дослідників, адже у всі часи існувало кілька спроб перекладу певного твору, що і спонукало до дослідження виникнення його варіативності (Андрієнко Т. П., Бархударов Л. С., Богін Г. І., Гарбовський М. К., Голоцукова Ю. О., Комісаров В. Н., Левін Ю. Д., Ньюмарк П., Попова О. В., Рильський М. Т., Ребрій О. В., Ситар Р. А., Топер П. М. та інші).

Перекладач володіє не лише білінгвістичними здібностями, а й бікультурним баченням. Він здійснює посередницьку діяльність між культурами (у тому числі й ідеологіями, моральними системами та соціально-політичними структурами), прагнучи подолати несумісність, яка перешкоджає передачі змісту. Те, що має значення в одній культурі, може бути позбавлене сенсу в іншій, і саме перекладач має унікальну можливість виявити невідповідність та знайти шляхи для вирішення цієї проблеми (*Bialyk, 2016, с. 62*).

Цілком природним є існування у певній культурі кількох перекладів одного й того ж літературного твору. Відомий український письменник та перекладач М. Рильський (1975, с. 79) зазначає, що "кожен перекладач може при вдалому взагалі відтворенні іншомовного оповідання, п'єси, поеми, вірша і т. ін. проминути ту чи іншу рису оригіналу, наголосивши, зате на іншій, яка здається йому найістотнішою. Кожен перекладає по-своєму".

Існує безліч точок зору стосовно причин виникнення множинності перекладу та участі перекладача у цьому процесі. Так, лінгвісти у своїх теоретичних працях, присвячених перекладу, розглянули цей феномен у наступних аспектах: "формально-семантичної міжмовної асиметрії" (*Кашкин, 2009, с. 32*); "неоднорідності способів вербалізації того ж самого відрізка досвіду різними суб'єктами, як в плані виділення послідовності подій, їх учасників та взаємовідносин між ними, так і в плані підбору лексичних одиниць і граматичних структур" (*Минченков, 2007*); "встановлення прагматично задовільного відношення перекладу, теоретично не одиничного, а одного з множини альтернативних, як ізоморфізму, який має місце між різними системами та гарантує комунікацію носіїв мови" (*Павиленис, 1983, с. 98*); "множинності рішень у межах адекватного перекладу" (*Ревзін, 1964, с. 163*); "неодиначності перекладацьких рішень" (*Швейцер, 1973, с. 71*).

Розглядаючи процес перекладу як трансформацію тексту оригіналу в текст перекладу, І. І. Ревзін і В. Ю. Розенцвейг виокремлюють два шляхи здійснення такого перетворення: "власне переклад", у рамках якого відбувається

формальний перехід від одиниць однієї мови до одиниць іншої мови, й "інтерпретацію", коли перекладач спочатку усвідомлює, яка дійсність стоїть за одиницями мови в оригіналі, а потім описує цю дійсність засобами мови перекладу (*Розенцвейг, 1983, с. 93*).

П. Ньюмарк (2003, с. 22) також розглядав проблеми перекладу з точки зору проблеми розуміння та інтерпретації тексту: "Залежно від того, як ви зрозумієте текст оригіналу, ви будете його відображати у тексті перекладу. Особливо це стосується текстів, що містять у собі можливість двоякого тлумачення, тобто це переважно стосується художніх текстів". Ця можливість і визначає виникнення великої кількості варіантів перекладу одного і того ж тексту в залежності від того які перекладацькі стратегії буде використовувати перекладач.

Саме від особистості перекладача та його перекладацьких позицій і залежить те, яким постане перед читачами ТП. За словами У. Еко (2004, с. 72), кожний художній текст "вимагає очевидної співпраці читача". Цілком очевидним є те, що перекладач виступає у ролі читача твору, який має на меті перекласти, а також, у певній мірі, стає і співавтором твору. Адже його інтерпретація змісту та подальша передача сенсу на мову перекладу буде впливати на сприйняття тексту реципієнтами культури перекладу. Зважаючи на це, робота перекладача є такою ж важливою, як і робота письменника, який написав сам твір.

Мета статті полягає у виявленні відмінностей перекладацьких позицій у процесі перекладу художнього твору на прикладі роману американського письменника Чака Поланіка "Бійцівський клуб" у перекладах О. Леська та І. Стронговського.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

– розглянути особливості письменницького стилю Чака Поланіка та проаналізувати збереження індивідуального авторського стилю у перекладах на українську мову;

– встановити причини варіативності перекладу одного й того ж твору;

– здійснити порівняльний аналіз фрагментів перекладу художнього твору.

Методи дослідження. Основним методом дослідження є порівняльний аналіз тексту оригіналу та текстів перекладу, застосований для встановлення способів перекладу характерних особливостей стилю письменника з англійської на українську мову.

Результати та обговорення. На переклад та на інтерпретацію тексту впливають об'єктивні і суб'єктивні чинники, серед яких: особливості особистості інтерпретатора, стиль автора та перекладача, жанрові й типологічні особливості ТО і ТП, відмінності культур.

Згідно зі словами Г. Богіна (1996, с. 2), "розуміння цілого тексту має тенденцію до свободи: немає двох абсолютно однакових розумінь одного і того ж твору". Саме це дає нам можливість розглянути та порівняти переклади роману "Бійцівський клуб" українською мовою.

Приклад відмінностей перекладів двох перекладачів знаходимо одразу ж на обкладинках книг. Прізвище автора роману "Бійцівський клуб" І. Стронговський (2007) перекладає "Палагнюк", а О. Лесько (2017) надає перевагу варіанту "Поланік". Причина використання різних варіацій перекладу

одного прізвища полягає у тому, що американський письменник має українське походження, і тому І. Стронговський вдався до методу транскрипції. Проте у одному із інтерв'ю автор наголосив, що його прізвище слід вимовляти "Paulanick", тобто "Поланік" (<https://www.theguardian.com/international>).

Твори Чака Поланіка спроектовані на сучасний лінгво-культурний простір і вирізняються своєю своєрідністю з-поміж робіт інших американських та світових письменників. Автор називає жанр своїх романів трансгресивною прозою. Цей жанр літератури описує порушення героями норм, стереотипів і соціальних табу, що формуються суспільством, також психоделічні досліди і змінені стани свідомості, як способи вийти за межі норми. Герої практично постійно знаходяться у стані нав'язливої рефлексії, проводять експерименти над своїм сприйняттям світу, піддаючи і свою свідомість різноманітним досліддам. Так вони намагаються визначити, а потім знищити існуючі межі між дозволеним і забороненим, реальністю і божевіллям, поганим і хорошим. У жанрі трансгресивної літератури немає повністю позитивних чи повністю негативних героїв (Кубатченко, 2008).

Однією із характерних ознак жанру трансгресивної літератури є рефрени, котрими пронизаний твір Поланіка. Упродовж усього роману повтори викликають у читачів відчуття чогось якоїсь нав'язливої ідеї, що зв'язує воедино цілий твір. Повтори рядків у своїх творах Чак Поланік (2006, р. 213) називає "choruses" ("приспиви"). Ці "приспиви" можна назвати однією із найхарактерніших особливостей стилю Чака Поланіка, позаяк цей прийом з'являється у більшості його творів. У одному зі своїх інтерв'ю Чак Поланік (<http://bookotron.com/>) говорить про функцію повторів: "Це спосіб підтвердити попередні витки сюжету ... Ти перетворюєш їх у повторення або фразу, а потім просто повертаєшся до всіх емоцій того попереднього моменту, викликаних цією справді короткою фразою. Люди роблять це у звичайному житті, і я роблю це у своїх творах".

Найяскравішим прикладом рефренів є правила бійцівського клубу. Розглянемо варіанти перекладу цих правил на українську мову О. Леськом та І. Стронговським:

You don't talk about fight club (Palahniuk, 2006, p. 48).

Ти не говориш про бійцівський клуб (Палагнюк, 2007, с. 63).

Не говориш про бійцівський клуб (Поланік, 2017, с. 55).

Наведені приклади демонструють нам певні відмінності у перекладі. Так, І. Стронговський дослівно перекладає це правило, залишаючи пряме звернення чи то до кожного з учасників клубу, чи до самого читача. У той час як О. Лесько перекладає звернення інфінітивною конструкцією. Для автора важливим є вплив безпосередньо на реципієнта, тому збереження конструкції при перекладі є необхідним.

Головний герой твору страждає від безсоння і все, що відбувається навкруги для нього лише "копія копії копії" (Палагнюк, 2007, с. 19). Для того, щоб викликати схожі почуття у читача, Поланік використовує повтори, коли розповідає про подорожі свого персонажа:

You wake up at *Krissy Field* (Palahniuk, 2006, p. 28).

Ти прокидаєшся в *Кріссі Філд* (Палагнюк, 2007, с. 31).

Ти прокидаєшся в *аеропорту Кріссі-Філд* (Поланік, 2017, с. 31).

You wake up at *Logan* (Palahniuk, 2006, p. 25).

Ти прокидаєшся в *Логані* (Палагнюк, 2007, с. 26).

Ти прокидаєшся в *аеропорту імені Логана* (Поланік, 2017, с. 27).

Цей приклад демонструє нам переклади культурних реалій, а саме назв аеропорту у Сан-Франциско та Бостоні. У другому варіанті перекладач вдається до прийому додавання, щоб читачу було зрозуміло про що йде мова. У першому ж варіанті речення перекладу еквівалентне реченню оригіналу, однак перекладач додає примітку, в якій пояснює значення "Кріссі Філд" та "Логан", а саме "Аеропорт Сан-Франциско", "Аеропорт Бостона" (Палагнюк, 2007, с. 26, 31). Оскільки, заради збереження ефекту рутини, у тексті наявна велика кількість схожих речень, то вважаємо недоцільним використання приміток для перекладу кожної назви аеропорту.

You just have to watch out for the members of Project *Mayhem* (Palahniuk, 2006, p. 197).

Ти просто маєш стерегтися учасників проекту "*Каліцтво*" (Палагнюк, 2007, с. 302).

Тобі просто треба стерегтись інших учасників проекту "*Руїна*" (Поланік, 2017, с. 228).

У цьому прикладі ми спостерігаємо варіанти перекладу назви проекту, створеного героєм роману для зруйнування сучасної цивілізації. Враховуючи призначення проекту та дії, вчинені його учасниками, на нашу думку, варіант "проект Руїна" краще передає його суть.

Характерним для стилю Чака Поланіка є введення дієслів для надання тексту більшої динаміки й ритмічності. Наприклад:

Bob's shoulders inhale themselves up in a long draw, then *drop, drop, drop* in jerking sobs. Draw themselves up. *Drop, drop, drop*. Bob says and inhales and *sob, sob, sobs* (Palahniuk, 2006, p. 17).

Плечі Боба підіймаються в глибокому вдихові, а потім *спадують, спадують, спадують* у конвульсивних схлипах. Підіймаються. *Спадують, спадують, спадують* (Палагнюк, 2007, с. 12).

Боб вдихає повітря, його плечі високо здіймаються, а *потім опадають уривчастими схлипами*. Здіймаються. *Опадають. Хлип. Хлип. Хлип* (Поланік, 2017, с. 16).

У цьому прикладі дієслова є засобом створення художнього образу. Триразове повторення дієслів "drop" і "sob" візуалізують емоційний стан персонажа, відтворюючи звуки плачу. І. Стронговському вдається передати цей образ, використовуючи повтори, однак, він, з якихось причин, опускає останнє речення, яке насправді є ключовим. О. Лесько ж описово передає повторюваність звуків у першій частині та вдало використовує прийом звуконаслідування у кінці речення.

"*This isn't really death*, "Tyler says. "*We'll be legend. We won't grow old.*" (Palahniuk, 2006, p. 11).

"*Насправді це не смерть*, – каже Тайлер. – *Ми увійдемо в легенди. Ми ніколи не будемо старими*" (Палагнюк, 2007, с. 5).

– *Це несправжня смерть*, – мовить Тайлер. – Ми *станемо легендою. Будемо вічно молодими* (Поланік, 2017, с. 11).

Цей фрагмент репліки одного із героїв твору видається цікавим у зв'язку із різними підходами перекладачів до перекладу. Так, при перекладі частини "This isn't really death" І. Стронговський використовує ті ж частини мови, що й автор, змінюючи лише їх порядок у реченні, на той, який є прийнятним для норм української мови. О. Лесько, зі свого боку, використовує аджективізацію, завдяки чому значення фрази дещо змінюється.

Переклад наступної фрази персонажа "We'll be legend" теж має відмінне значення. При перекладі І. Стронговський вдається до модуляції, змінюючи значення слова "be" та використовує додавання. У ТП О. Леська спостерігаємо ідентичне до ТО речення, тому і значення його не змінюється. Стосовно останньої частини, можна зазначити, що використаний О. Леськом антонімічний переклад є більш вдалим, адже дослівний переклад І. Стронговського звучить доволі штучно і не до кінця передає задуманий автором ефект.

Bob's thick blond hair *was* what you get when *hair cream calls itself sculpting mousse*, so thick and blond and *the part is so straight* (Palahniuk, 2006, p. 16).

Густе світле волосся Боба *показувало*, що можна отримати, *коли крем для волосся зветься мусом для укладання волосся*, – таке густе, світле й *частково випрямлене* (Палагнюк, 2007, с. 11).

Поглянувши на його волосся – густюще, біляве, з *неприродно прямим проділом*, – можна побачити, що буде, коли *переборщити з кремом для укладання зачіски* (Поланік, 2017, с. 16).

Порівнявши два переклади цього речення, одразу ж можна помітити різочу відмінність у їх смислах. Так, дослівний переклад виконаний І. Стронговським заплутує читача і видається складним для розуміння. Водночас О. Лесько міняє структуру речення, вдається до модуляції, розширюючи або змінюючи значення певних слів. Саме тому його варіант легше сприймається реципієнтом.

У своєму романі Чак Поланік використовує безліч коротких простих речень для передачі уривчастості сприйняття героєм дійсності. Таким чином читачу легше уявити ситуацію зі сторони персонажа. З іншого боку, ці речення слугують для різкого переходу між діями. До прикладу:

The warm hand *is cupped* under you. The cold tip of the knife.

An arm wraps around your *chest*.

Therapeutic physical contact.

Hug time.

And the *ether* presses your nose and mouth, hard.

Then nothing, less than nothing. *Oblivion* (Palahniuk, 2006, p. 191).

Тепла рука під тобою *складена чашечкою*. Холодний кінчик ножа. Рука охоплює тебе за *тулуб*. Терапевтичний фізичний контакт. Час обіймів. *Ефір* щільно притискають тобі до носа й рота. А потім – нічого, менше ніж нічого. *Забуття* (Палагнюк, 2007, с. 293).

Тепла, *стиснута в кулак* рука під тобою. Холодний кінчик ножа.

Рука охоплює твоє *огруддя*.

Терапевтичний фізичний контакт.

Час обіймів.

Ганчірка, змочена ефіром, щільно притискається тобі до носа й до рота.

А тоді – ніщо, ба гірше, ніж ніщо. **Небуття** (Поланік, 2017, с. 222).

У цьому прикладі найперша відмінність, яка одразу ж привертає увагу – структура тексту. І. Стронговський, на відміну від О. Леська, не дотримується структури, присутньої в ТО. Всі речення у його інтерпретації поєднані у суцільний абзац.

Розглянувши відмінності перекладу на лексичному рівні, бачимо, що при перекладі "hand is cupped" О. Лесько використовує модуляцію, що дещо змінює загальне сприйняття описаних подій.

При перекладі слова "chest" І. Стронговський вдається до генералізації, замінюючи видове значення на родове "тулуб". У наступному реченні О. Лесько застосовую декомпресію задля адекватності перекладу, тому "ether" у його варіації – "ганчірка, змочена ефіром".

При перекладі односкладного іменникового речення "Oblivion", яке означає "стан забуття чи ігнорування" (<https://www.thefreedictionary.com/>), перекладачі обирають слова, які звучать дещо схоже, проте мають різні значення. Так, забуття – це "втрата згадки про кого-, що-небудь", тоді як небуття – "стан, коли припиняється існування. життя, буття" (<http://sum.in.ua/>). Зважаючи на це, у даному випадку доцільніше використання слова "забуття".

До того ж, характерним для письменницького стилю Поланіка є імітація розмовного стилю мови:

Big Bob says, "The first rule in Project Mayhem is you don't talk- ***I cut him off. I say, yeah. Yeah, yeah, yeah, yeah, yeah*** (Palahniuk, 2006, p. 131).

Великий Боб каже: "Перше правило проекту "Каліцтво" – ти не говориш..."

Я обриваю його на півслові. Ага, кажу. Так, так, так, так, так (Палагнюк, 2007, с. 200).

Великий Боб відповідає:

– Перше правило проекту "Руїна" – не роз...

Я перепиняю його. Ага, кажу я, знаю. Знаю, знаю, знаю, знаю. (Поланік, 2017, с. 154).

У оригінальному фрагменті бачимо типові для англійської мови розмовні фрази, які дають читачеві можливість сприймати розмову природно. У обох ТП спостерігаємо дотримання стилю завдяки використанню звичних розмовних слів, що передає задуманий автором ефект.

Висновки. Головною причиною варіативності перекладу можна вважати різні інтерпретації перекладачами одного і того ж тексту оригіналу, що, зі свого боку, охоплює не лише розуміння оригінального змісту твору, а й перекладацьку позицію самого перекладача.

У процесі дослідження було встановлено, що від того, як перекладач інтерпретуватиме текст оригіналу та наскільки адекватно передасть його суть і чи зможе зберегти стиль автора, залежатиме сприйняття та розуміння твору реципієнтами тієї культури, на яку здійснено переклад.

Перспективи дослідження вбачаємо в подальшому визначенні оптимальних шляхів для рецепції перекладу та у виявленні варіативності тактик, застосованих перекладачами у процесі роботи над творами різних жанрів.

Список літератури

- Богин Г. И. Рефлексивность и импульсивность в коммуникации. Культура общения и ее формирование. Воронеж. 1996. С. 2-5.
- Еко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / пер. з іт. М. Гірняк. Львів : Літопис, 2004. 385 с.
- Кашкин В. Б. Асимметричность знака и межъязыковые различия. *Теоретические проблемы современного языкознания*. Воронеж. 2009. С. 32–37.
- Кубатченко О. Что скрывается за понятием «трансгрессивная литература»? Школп жизни.ру <https://shkolazhizni.ru/culture/articles/15397/> (дата звернення: 23.02.2021).
- Минченков А. Г. Когниция и эвристика в процессе переводческой деятельности. Санкт-Петербург : Антология, 2007. 256 с.
- Павиленис Р. И. Проблемы смысла: современный логико-философский анализ языка. Москва : Мысль, 1983. 286 с.
- Палагнюк Ч. Бійцівський клуб / пер. з англ. І. Стронговського. Харків : Фоліо, 2007. 318 с.
- Поланік Ч. Бійцівський клуб / пер. з англ. О. Леська. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 256 с.
- Ревзин И. И., Розенцвейг В. Ю. Основы общего и машинного перевода. Москва : Высшая школа, 1964. 243 с.
- Рильський М. Т. Мистецтво перекладу. Київ : Радянський письменник, 1975. 344 с.
- Розенцвейг В. Ю. Журнал канадських перекладачів МЕТА. *Тетради перекладача*. 1983. 20. С. 91-102.
- Словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 23.02.2021).
- Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод). Москва : Воениздат, 1973. 280 с.
- Bialyk V. D. *Fundamentals of Translation Theory*. Chernivtsi: Chernivetskyi nats. un-t. 2016. 376 p.
- Chuck Palahniuk Interviewed on Stage at Cafe du Nord on May 20, 2010. The Agony Column. URL: <http://bookotron.com/agony/news/2011/01-24-11-podcast.htm#podcast012711> (Last accessed: 23.02.2021).
- It's Paula-nick. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/books/2004/mar/24/fiction.chuckpalahniuk> (Last accessed: 23.02.2021).
- Newmark P. Round-table Discussion on Translation in the New Millennium. *Translation Today: Trends and Perspectives*. Clevedon : Multilingual Matters Ltd., 2003. P. 13-67.
- Palahniuk Ch. *Fight Club*. London : VintageBooks, 2006. 224 p.
- The Free Dictionary by Farlex. URL: <https://www.thefreedictionary.com/> (Last accessed: 23.02.2021).

References

- Bogin, G. I. (1996). Reflektivnost` i impulsivnost` v kommunikaczii [Reflexivity and impulsivity in communication]. *Kul`tura Obshheniya i yeyo Formirovanie*, 2–5.
- Bialyk, V. D. (2016). *Fundamentals of Translation Theory*. Chernivtsi: Chernivetskyi nats. un-t.
- Eko, U. (2004). *Rol chytacha. Doslidzhennia z semiotyky tekstiv*. [The role of the reader. Research on the semiotics of texts]. (M. Hirniak, Trans.). Lviv: Litopys.
- Kashkin, V. B. (2009). Asimmetrichnost` znaka i mezh`yazy`kov`e razlichiya [Sign asymmetry and language differences]. *Teoreticheskie Problemy` Sovremennogo Yazy`koznaniya. Sbornik v Chest` Prof.Z.D. Popovoj*, 32–37.
- Kleffel, R. (2011). Chuck Palahniuk Interviewed on Stage at Cafe du Nord on May 20, 2010. Retrieved from <http://bookotron.com/agony/news/2011/01-24-11-podcast.htm#podcast012711>.
- Kubatchenko, O. (2008). Chto skry`vaetsya za ponyatiem «transgressivnaya literatura»? [What is hidden behind the concept of "transgressive literature"?] *Shkola zhizni.ru*. Retrieved from <https://shkolazhizni.ru/culture/articles/15397/>.
- Minchenkov, A. G. (2007). *Kognicziya i e`vrstica v procsesse perevodcheskoj deyatel`nosti* [Cognition and heuristics in the process of translation]. Sankt-Peterburg: Antologiya.
- Nebuttia. (n.d.). *In Slovnyk ukrainskoi movy* [Dictionary of the Ukrainian language]. Retrieved February 23, 2021, from <http://sum.in.ua/>.
- Newmark, P. (2003). Round-table Discussion on Translation in the New Millennium. *Translation Today: Trends and Perspectives*, 13–67. <https://pdfslide.tips/documents/-pdf55cf9acc550346d033a372a7.html>.

- Oblivion. (n.d.). In *The Free Dictionary by Farlex*. Retrieved February 23, 2021, from <https://www.thefreedictionary.com>.
- Palahniuk, Ch. (2007). *Biitsivskiy klub* [Fight club]. (I. Strongovskiy, Trans.). Kharkiv: Folio..
- Palahniuk, Ch. (2006). *Fight Club*. London: VintageBooks.
- Pavilenis, R. I. (1983). *Problemy` smy`sla: sovremenny`j logiko-filosofskij analiz yazy`ka* [Problems of meaning: modern logical-philosophical analysis of language]. Moskva: My`sI`.
- Polanik, Ch. (2017). *Biitsivskiy klub* [Fight club]. (O. Lesko, Trans.). Kharkiv: Klub simeinoho dozvillia.
- Revzin, I. I., & Rozenczvejg, V. Yu. (1964). *Osnovy` obshhego i mashinnogo perevoda* [Fundamentals of General and Machine Translation.]. Moskva: Vy`sshaya shkola.
- Rozenczvejg, V. Yu. (1983). Zhurnal kanadskikh perevodchikov META [Canadian Translators Journal META]. *Tetradi Perevodchika*, 20, 91–102.
- Rylskiy, M. T. (1975). *Mystetstvo perekladu* [The art of translation]. Kyiv: Radianskyi pysmennyk.
- Shvejczler, A. D. (1973). *Perevod i lingvistika. (Gazetno-informaczionny`j i voenno-publiczisticheskij perevod)* [Translation and linguistics. (Newspaper informational and military journalistic translation)]. Moskva: Voenizdat.
- The Guardian (2004). *It's Paula-nick*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/books/2004/mar/24/fiction.chuckpalahniuk>.
- Zabuttia. (n.d.). In *Slovnyk ukrainskoi movy* [Dictionary of the Ukrainian language]. Retrieved February 23, 2021, from <http://sum.in.ua/>.

УДК 316.1:800.86:33

**MECHANISMS OF ORTHODONTIC TERMS CREATION
IN ENGLISH LANGUAGE
СЛОВОТВІРНІ МЕХАНІЗМИ ГЕНЕЗИ
ОРТОДОНТИЧНИХ ТЕРМІНІВ У АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Каріна КАРАТІНЦЕВА

Буковинський державний медичний університет

karatintsevak@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-3093-5013

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.69-77>

The study of terminology and lexical fields of specialized lexis is an important issue in linguistics. Special attention should be devoted to the medical terminology, which branches into different areas, is heterogeneous in its composition and has specific properties and patterns. The article is devoted to the classification and structural analysis of orthodontic English terminological units.

The objective of the article is to study the main word-forming mechanisms of orthodontic terms in English, their classification, characteristics, and comparison. The research is based on methods of analysis, synthesis and comparison of terminological units of English orthodontic text (scientific articles, monographs and textbooks). Using structural analysis, English orthodontic terms were classified according to the methods of their creation. The field of terminology "Orthodontics" is classified and divided into 4 categories: "Anatomy of the Oral Cavity", "Symptoms and Diseases", "Professional Orthodontic Activity" and "Treatments". It is determined that the most common word-forming means are morphological and terminological phrases, which are characteristic to most categories. A lot of the lexical units of the category "Anatomy of the Oral Cavity" are borrowed from Latin and Greek or contain word-forming affixes. The category "Symptoms and Diseases" contains a lot of phrases. A special feature of "Professional Orthodontic Activity" is the graphic units of the written orthodontic text, which are formed by abbreviations and combined abbreviations. "Treatments" are characterized by abbreviations and combined abbreviations.

Key words: orthodontic terminology, orthodontic discourse, abbreviation, term formation, lexical units, graphic units

Вивчення термінології та термінополів є актуальним питанням лінгвістики. Особливої уваги варта медична термінологія, яка розгалужується на різні напрями, є гетерогенною за своїм складом та має специфічні властивості та закономірності кожного напрямку. Статтю присвячено класифікації та структурному аналізу ортодонтичних англійських термінологічних одиниць.

Метою статті є дослідження основних словотвірних механізмів ортодонтичних термінів у англійській мові, їх класифікація, характеристика та порівняння. Дослідження ґрунтується на методах аналізу, синтезу та порівнянні термінологічних одиниць англійського ортодонтичного тексту (наукових статтях, монографіях та підручниках). За допомогою структурного аналізу відбувалася класифікація англійських ортодонтичних термінів за способами їх творення. Термінополе "Ортодонція" поділено на 4 категорії: "Анатомія органів порожнини рота", "Симптоми та захворювання", "Професійна ортодонтична діяльність" та "Засоби лікування". Визначено, що найпоширенішим словотвірним засобом є морфологічний, а полікомпонентні терміни-словосполучення характерні для більшості категорій. Значна частина лексичних одиниць категорії "Анатомія органів порожнини рота" запозичена з латинської та грецької мов або утворена за допомогою афіксації. Категорії "Симптоми та захворювання" притаманне словоскладання та використання полікомпонентних термінів-словосполучень. Особливою характеристикою "Професійної ортодонтичної діяльності" є графічні одиниці письмового ортодонтичного тексту, які утворюються за допомогою скорочень та комбінованих скорочень. Для "Засобів лікування" характерна аббревіація та комбінована аббревіація.

Ключові слова: ортодонтична термінологія, ортодонтичний дискурс, словотворення, аббревіація, термінотворення, лексичні одиниці, графічні одиниці.

Вступ. Вивчення структурних та семантичних властивостей терміна та термінополів є актуальним питанням прикладної лінгвістики. Одним з основних завдань вчених, які досліджують термінологію, є її категоризація та чітка організація як певної системи, адже проблеми моносемії чи полісемії термінів, а також термінологізації, детермінологізації чи транстермінологізації лексичних одиниць, досі не вирішені. Виконавши це завдання, терміни можна буде стандартизувати, а відтак полегшити та уніфікувати розуміння значення цих лексичних одиниць. Дослідження термінологічної лексики у діахронічному розрізі також дозволяє встановити резерви мови, за рахунок яких відбувається розширення чи звуження номінативних властивостей лексичних одиниць.

Сучасній медичній термінології притаманний швидкий розвиток та утворення нових лексичних одиниць через науково-технічний прогрес. Власне медична термінологія є ядром професійної медичної лексики, гетерогенною за своїм складом і має специфічні закономірності складу і номінування феноменів для кожної окремо галузі. Нами запропонований розгляд словотвірних механізмів генези ортодонтичних термінів.

Для детальнішого структурного аналізу словотвірних засобів ортодонтичної термінології, була запропонована їх класифікація на 4 категорії згідно їх семантичних властивостей. Кожну з них ми структурно проаналізували та порівняли з іншими.

Дослідженням термінології та медичного термінополя присвячено багато робіт українських лінгвістів, серед яких Бялик В. Д., Іващенко В. Л., Кияк Т. Р., Кійко С. В., Косенко А. В., Пирогова В. І., Симоненко Л. О., Скороходько Е. Ф., Сліпещька В. Д., Снітовська О. Й., Соколов В. В., Шалаєва Г. А. та ін. Зокрема, Косенко А. В. визначає основні характеристики медичної термінології (Косенко, 2015), а Шалаєва А. В. (Шалаєва, 2014) аналізує структурні особливості багатокомпонентних медичних термінів. Кожна галузь медичної системи містить окремі характеристики та властивості, чим становить інтерес для її структурного та семантичного дослідження. Втім, власне ортодонтична термінологія ще не була досліджена та класифікована лінгвістами.

На матеріалах англomовного наукового тексту (монографія (James A. McNamara Jr., Sunil D. Kapila, p. 379) та каталогу (Dentraurum, p. 522), загальним обсягом 901 с.) ми дослідили найбільш вживані ортодонтичні терміни з наступною метою: їх класифікація за семантичними ознаками, виявлення словотвірних/формуотворюючих механізмів кожної з окреслених семантичних категорій, їх характеристика та структурний аналіз лексичних та графічних одиниць. Основними завданнями стали визначення основних категорій термінополя "Ортодонція", їх підкатегорій, виявлення структурних особливостей ортодонтичних термінів, визначення найбільш характерних механізмів генези для кожної категорії.

Методи дослідження. У дослідженні були використані методи синтезу ортодонтичних термінологічних одиниць за частотою вживання на базі монографії та каталогу, їх порівняння, структурний та функціональний аналіз.

Результати та обговорення. За М. Ф. Алефіренком, семантична мережа кожної мови утворюється за допомогою етнокультурної системи значень, властивої кожній окремій мові. У процесі вибору слова для побудови вербальної форми тексту активується система значень мови, яка, в свою чергу, активує концептуальну мережу відповідної культури, що є її основою. У результаті відбувається асоціювання фрагментів мовної та позамовної інформації з конкретними лексичними одиницями (Алефіренко 2014, с. 208–209).

Виходячи з цього, у навколоядерний простір ортодонтичної системи (який складають лексичні одиниці, що стосуються основних семантичних центрів (ядер) цього термінополя) входять терміни (архілексеми), що репрезентують вербальне вираження ортодонтичних понять, навколо яких групуються інші терміни. Таким чином, в просторі термінополя "Ортодонція" формується поліядерна структура, яка складається з кількох центральних категорій.

Пропонуємо таку класифікацію та поліядерну структуру цього термінополя за їх семантичними ознаками:

- 1) анатомія органів порожнини рота, до якої входять зуби, щелепи, та органи ротової порожнини;
- 2) симптоми та захворювання, до яких входять дефекти розвитку зубів, щелеп та аномалії прикусу;
- 3) професійна ортодонтична діяльність, до якої входять діагностика, профілактика, лікування;

4) засоби лікування, до яких входять ортодонтичні інструменти, матеріали та пристрої.

Такі архілексеми допомагають отримати кумулятивне уявлення про термінополя і особливості понятійних зв'язків, що існують в ньому.

Словотвірні засоби генези термінів органів порожнини рота.

Структурний аналіз генерації та розвитку ортодонтичного термінополя, а саме термінів, які за семантичними ознаками відносяться до цієї галузі медицини, дозволяє визначити однослівні (моноклексемні, однокомпонентні) ортодонтичні терміни, які позначають певне наукове поняття, будучи однозначними, і не вимагають їх розтлумачення для фахівця.

Залежно від способу утворення та характеру відносин з іншими термінами-словами вони поділяються на наступні типи: похідні, непохідні та утворені словоскладанням і складанням коренів. Непохідні терміни представлені однією кореневою морфемою (*пульпа / pulp, ікло / canine*). Похідні терміни, що представляють в даний час найбільш продуктивний морфологічний спосіб терміноутворення, генеруються афіксальними (суфіксальними, префіксальними, префіксально-суфіксальними) способами словотворення: *внутрішньоротовий / intraoral (intra- + -oral), малий корінний зуб / premolar (pre- + -molar), різцевий / incisal (in- + -cis- + -al)*.

Варто згадати, що для номінації органів порожнини рота також характерне запозичення термінів з латинської та грецької мов (*верхня щелепа / maxilla, нижня щелепа / mandible* та ін.).

Словотвірні засоби генези симптомів та ортодонтичних захворювань.

На основі проаналізованої нами літератури, виявлено, що найчастішими засобами генези симптомів та ортодонтичних захворювань є словоскладання та утворення полікомпонентних термінів-словосполучень.

Словоскладання полягає в з'єднанні двох або більше кореневих морфем або в їх поєднанні в одну лексичну одиницю, яка пишеться разом або через дефіс, і є поширеною і продуктивною словотвірною моделлю ортодонтичних термінів.

Складна одиниця оформлена як єдине ціле із загальною для компонентів парадигмою: *зубний біль / toothache, пульподонтика / pulpodontics, ортогнатичний / orthognathous, дентаальвеолярний / dentoalveolar*.

Приклади складання слів з дефісною формою написання представимо терміном *заблоковані ікла / blocked-out canines*. У різних словниках і у різних авторів написання разом чи через дефіс цих з'єднань варіюється. Звернемо увагу на думку С. І. Маджаєвої, що "утворення медичних термінів за допомогою словотворчих засобів демонструє величезний потенціал в мовах, що транслюють науково-понятійну інформацію в найтонших смислових відтінках" (*Маджаєва, 2011, с. 5-6*), а отже зміна структурної форми терміна може впливати на його значення.

На противагу однокомпонентним ортодонтичним термінам, полікомпонентні терміни-словосполучення є одними з найчисленніших у медичній термінології, адже вони з найбільшою повнотою відображають необхідні відмінні ознаки іменованого поняття, тобто виконують номінативну, дескриптивну та класифікуючу функції. Порівняльний аналіз двокомпонентних термінів показує,

що в англійській ортодонтичній термінології наявні частотні двокомпонентні номінативні словосполучення, до складу яких входить ядерний елемент, необхідний для вказівки родової ознаки поняття і тематичної групи, експлікований іменником, і атрибутивний, визначальний елемент, що передає відмінні видові ознаки, представлений прикметником у функції препозитивного визначення.

Номінативні словосполучення представлені комбінацією прикметника або діеприкетника з іменником (узгоджені визначення): *хвороба зубів / dental disease, одонтогенна пухлина / odontogenic tumor, гіпертрофічна тканина / hypertrophic tissue, аномалія змикання зубів / lip incompetence* та ін. Крім того, слід виокремити атрибутивні терміни-словосполучення з іменником у функції визначального елемента (неузгоджені визначення): *прорізування зубів / tooth eruption, розташування зубів / tooth alignment, атрофія м'язів / muscle atrophy*, та ін.

Проаналізувавши структурні моделі ортодонтичних термінів, спостерігаємо наявність багатоконпонентних термінів. Певні двокомпонентні терміни є базою для утворення багатослівних (полікомпонентних) термінів: *periodontitis* → *chronic septic apical periodontitis* (*періодонтит* → *хронічний септичний верхівковий періодонтит*). Таким чином, прості терміни, на відміну від складних, не можуть повністю передати значення складного медичного поняття, зокрема Горбунова Н. Н. стверджує, що "Складні терміни, що з'єднують в одному слові дві або більше кореневі морфеми і терміни-словосполучення позначають високоспеціалізовані поняття, а також дозволяють передати більший обсяг інформації у порівнянні з простими (однокомпонентними) термінами, відображаючи системність понять, їх ієрархію і взаємозв'язок" (Горбунова, 2014, с. 61). Значення цих полікомпонентних поєднань виводиться із значень конститuentів. При цьому слід зазначити, що, чим більш композиційний склад терміна, тим більша ймовірність відсутності багатозначності, висока точність вираження поняття. Багатоконпонентні терміни можуть бути дуже громіздкими, що ускладнює комунікацію, але повністю покривати понятійне поле досліджуваної лексичної системи.

Словотвірні засоби генези термінів професійної ортодонтичної діяльності.

У структурному аспекті утворення термінів на позначення професійної ортодонтичної діяльності визначаємо морфологічний спосіб словотвору, а саме афіксацію: *псевдокишеня / pseudopocket* (*pseudo* + *pocket*), *зняття брекетів / debonding* (*de* + *bonding*), *терміни-словосполучення: потрібне лікування / sought treatment* (*прикм. "sought" + ім. "treatment"*), *гоніальна ширина / gonial width* (*прикм. "gonial" + ім. "width"*).

У письмовому відображенні ортодонтичних термінів особливої уваги заслуговують комбіновані скорочення, до яких також відносяться численні приклади графічних скорочень: поєднань слів і цілих речень, передача інформації з літерними і нелітерними знаками, які використовуються з метою економії часу і простору в професійній комунікації. Такий засіб терміногенезу є характерним для письмового професійного дискурсу, а саме заповнення медичних карт при діагностиці, призначення лікування, створення брекетів, хедгірів та ін. Композиційно такий тип скорочень включає скісні ризики (так званий знак "слеш"

(від англ. "slash")), крапки, дефіси, курсив, та інші засоби графічного оформлення. Наприклад, "npe" (*new patient examination*), "r / o" (*rule out*) та ін.

Наведемо приклади різнотипних графічних скорочень з ортодонтичних текстових джерел: 1) скісна риска представлена в скороченні словосполучень або складних термінах: англ. "h / o" (*history of*), "n / a" (*not applicable*), "n / c" (*no charge*), "n / d" (*not determined*); 2) знак "&", замінюючий слово "and": "H & C" (*hot and cold*), "P & C" (*post and core*), "P & E" (*prophylaxis and exam*), "P & M" (*papillae and marginal gingiva*); 3) дефісне скорочення: англ. "e-surg" (*electro-surgery*), "non-vtl" (*non-vital*).

До них також відносяться латинські скорочення. В ортодонтичному тексті (документах, статтях) використовуються запозичені абревіатури з латинської мови. Феномен латинських скорочень в англійській полягає в тому, що вони не читаються як латинські слова, а перекладаються англійською мовою: "gtt-" від лат. "gutta" (англ. *drop / крапля*); "aq-" від лат. "aqua" (англ. *water / вода*); "po-" від лат. "peros" (англ. *by mouth / через рот*).

Латинські скорочення можна назвати інтернаціональними скороченнями спеціалізованої мови, ознаками яких є їх регламентованість, тобто підпорядкування встановленим правилам і обмеженням вживання в різних мовах, адаптивність на фонетичному і орфографічному рівнях. Звідси походить висока поширеність латинських скорочень в інструкціях лікарських засобів, наукових статтях і навчальних посібниках.

Багаторічне використання графічних скорочень достовірно свідчить про їх життєздатність, достатню повноцінність як одиниць письмової комунікації.

Словотвірні засоби генези ортодонтичних термінів на позначення засобів лікування.

До засобів лікування належать матеріали, обладнання та устаткування, які використовують ортоданти у своїй професійній діяльності. Через те, що більшість ортодонтичних інструментів складаються з кількох слів на позначення форми та / або призначення, матеріалу та / або виду інструмента, наприклад, *розширювач верхнього піднебіння / Rapid Maxillary Expander (RME)*, їм характерна абревіація. У цьому процесі задіяні як монокомпонентні, так і полікомпонентні термінологічні одиниці.

Вивчення ортодонтичного термінополя показало, що абревіатура є одним із найпродуктивніших способів термінотворення категорії "Ортодонтичні терміни на позначення засобів лікування" (56 з 112 проаналізованих лексичних одиниць). Під впливом екстралінгвістичних і лінгвістичних причин терміни-абревіатури проходять певну адаптацію і закріплення поняття, поповнюють термінологічний фонд.

Зокрема, Маджаєва С. І. стверджує, що "процес термінотворення за допомогою абревіації є "згортанням" форми дефініції і семантичним "згущенням" її плану змісту" (Маджаєва, 2011, с. 4). Фактично, тригером широкого використання скорочень термінологічних одиниць в мовах стає універсальний закон економії мовних засобів і мовних зусиль. Прикладами абревіатур у ортодонтичному термінополі є: *MARA – Mandibular Anterior Repositioning*

Appliance, MPI – Mandibular Position Indicator, OJW – Orthodontic Jaw Wiring, SAS – Skeletal Anchorage System та ін.

Лінгвістичними причинами появи абревіатур, на думку Ю. А. Мазневої, є: 1) можливість і прагнення вимовляти абревіатури як єдині слова; 2) тенденція до моносилабізмів і функціональна уніфікація; 3) використання термінів з коренями грецького та латинського походження (в результаті чого виходять складні терміни, які найчастіше перевищують нормативну довжину слова і тому скорочуються) (Мазнева, 2011). Також Мазнева Ю. А. вважає, що скорочені термінологічні одиниці можна розбити на дві групи залежно від вживання в мові: графічні, що вживаються виключно в письмовій комунікації, і лексичні, що вживаються як в письмовій, так і в усній комунікації (Мазнева, 2008). Диференціація між ними проявляється в тому, що лексичні абревіатури утворюють складноскорочені слова шляхом усічення слова або сталого словосполучення і навіть речення, які мають ознаки окремої лексеми і володіють граматичними категоріями і синтаксичними функціями, тоді як графічні абревіатури умовні і не є самостійними лексемами.

У ортодонтичному тесті англійської мови також можна виявити приклади морфологічних скорочень комбінованого типу (одночасного застосування відсікання та абревіації): "*CompBU*" від "*composite build-up*". Також встановлені терміни, композиційний склад яких представлений поєднанням абревіатур різного характеру і повнозначних лексичних одиниць: "*Ni-Ti instruments*" (*Nickel titanium*), "*SAFsystem*" (*Self-adjusting File*). Терміносполучення, утворені за моделлю абревіатура + іменник, дозволяють в стислій, короткій формі передати великий обсяг вузькоспеціалізованої інформації.

У назвах численних ортодонтичних інструментів також присутні початкові літери. До них відносяться так звані вольфрам-карбідні (*Tungsten Carbide*) інструменти: *bird beak plier with T.C. tips, ribbon-tweed arch short plier TC, TC orthodontic braces removal pliers* та ін.

Висновки. Після поділу термінополя "Ортодонтія" на 4 категорії та структурного дослідження кожної з них, було визначено, що найпоширенішим способом генези термінополя "Ортодонтія" є морфологічний. Він зустрічався у 166 з 211 проаналізованих термінів. Афіксація найбільш характерна для категорії "Анатомія органів порожнини рота", до якої входять зуби, щелепи та органи ротової порожнини (30 з 46 проаналізованих термінів). Значна частина лексичних одиниць на позначення цієї категорії запозичена з латинської та грецької мов – (12 з 46 проаналізованих термінів містили морфеми латинського чи грецького походження). Для категорії "Симптоми та захворювання", до яких входять дефекти розвитку зубів, щелеп та аномалії прикусу, актуальними є словоскладання та використання полікомпонентних термінів-словосполучень (23 з 37 проаналізованих термінів). Особливої уваги заслуговує "Професійна ортодонтична діяльність", адже крім вищезгаданих способів утворення термінів, при діагностиці пацієнта ми не могли оминати заповнення медичних карт, а отже письмовий дискурс. Отже, у словотвірних графічних термінах виділяємо скорочення та комбіновані скорочення. На відміну від усіх інших категорій, серед "Засобів лікування", до яких входять ортодонтичні інструменти, матеріали

та пристрої, особливо часто зустрічається аббревіація та комбінована аббревіація, адже ці способи словотвору дозволяють вмістити більше інформації у стислий лексичний та графічний простір, тому також є актуальними та поширеними у ортодонтичному дискурсі (56 зі 112 проаналізованих термінів). Комбінація аббревіації та лексичних одиниць пояснюється метою відображення матеріалу, форми та призначення інструмента у вузькому графічному просторі.

Як галузь медичної термінології, ортодонтична терміносистема має спільні та відмінні ознаки генези нових лексичних одиниць. Подальшими перспективами є дослідження макро- та мікрополів англійської ортодонтичної термінології, виявлення закономірностей між їх семантичними та структурними аспектами, а також дослідження функцій ортодонтичного терміна у науковому тексті.

Список літератури

Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка : учебное пособие. Москва, 2014. 288 с.

Горбунова Н. Н. Основні морфологічні і морфолого-синтаксичні словотвірні моделі, реалізовані в англійській термінології менеджменту. *Філологічні науки. Питання теорії і практики*. 2014. № 2. С. 60–66.

Косенко А. В. Основні характеристики англійської медичної термінології *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : збірник наук. праць. Серія "Філологія"*. 2015. №18. С. 68–70.

Маджаева С. И. Способы номинации в медицинской терминологии. *Мир лингвистики и коммуникации*. 2011. № 22. URL:7_22.pdf (tverlingua.ru) (дата звернення 13.02.2021).

Мазнева Ю. А. Аббревируемые юридические термины: структурно-семантический, системно-функциональный и когнитивно-дискурсивный аспекты на материале современного английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Ростов-на-Дону, 2011. 24 с.

Мазнева Ю. А. Проблема лингвистического статуса и структуры терминов. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2008. № 10. С. 162–167.

Шалаева Г. В. Структурный анализ современной медицинской терминологии та труднощі перекладу багатоконпонентних медичних термінів. *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*. 2014. №1. С. 90–96.

James A. McNamara Jr., Sunil D. Kapila. Surgical Enhancement of Orthodontic Treatment: University of Michigan, 2010. 379 p.

Orthodontics Catalog. Edition 22. Dentaurum. 2020. URL: Orthodontics Catalog, Edition 22 (dentaurum.de) (дата звернення 15.02.2021).

References

Alefirenko, M. F. (2014). *Lingvokul'turologiya: tsennosno-smyslovoe prostranstvo yazyka: uchebnoye posobiye* [Linguoculturology: the value-semantic space of the language: a tutorial]. Moscow.

Gorbunova, N. N. (2014). Osnovni morfolohichni ta morfoloho-syntaksychni slovotvirni modeli, realizovani v anghlomovniy teorii menezhmenty [Basic morphological and morphological-syntactic word models, implemented in English terminology management]. *Filolohichni nauky. Pytannia teorii i praktyky*, 60–66.

Kosenko, A. V. (2015). Osnovni kharakterystyky anghliyskoi medychnoi terminolohii [Basic characteristics of English medical terminology] *Naukoviy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universitetu. Seriya "Philolhiya"*, 68–70.

Madzhaeva, S. I. (2011). Sposoby nominatsyi v meditsynskoi terminologii [Methods of nomination in medical terminology] *Mir lingvistiki i komynikatsii*. Retrieved February, 13, 2021 from 7_22.pdf (tverlingua.ru).

Maznova, Yu. A. (2011). *Abbreviurovanie yuridicheskie terminy: strukturno-semanticheskii, sistemno-funktsionalnyi i kognitivno-diskursivnyi aspekty na materiale sovremennogo angliyskogo yazyka* [Abbreviation of legal terms: structural-semantic, system-functional and cognitive-discourse aspects on materials of modern English language]: author. dis. cand. philol. sciences.

Maznova, Y. A. (2008). Problema lingvisticheskogo statysa i struktury terminov [The problem of linguistic status and structure of terms]. *Aktual'nye problem filologii i pedagogicheskoi lingvistiki*, 162–167.

Shalayeva, G. V. (2014). Strykturnyi analiz suchasnoi medychnoi terminolohii ta trudnoshchi perekladu bahatokomponentnyh medychnyh termini [Structural analysis of modern medical terminology and difficulties in translating multicomponent medical terms]. *Aktualni pytannia suspilnyh nayk ta istorii medytsyny*, 90–96.

James, A. McNamara, Jr., Sunil, D. Kapila (2010). Surgical Enhancement of Orthodontic Treatment. University of Michigan.

Orthodontics Catalog. Edition 22. Dentaurum. (2020). Retrieved February 15, 2021 from Orthodontics Catalog, Edition 22 (dentaurum.de).

УДК 81'42

**INTERTEXTUAL MARKERS
IN THE EDUCATIONAL PEDAGOGICAL DISCOURSE
ВИЯВИ МІЖТЕКСТОВИХ ЗВ'ЯЗКІВ
У НАВЧАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ**

Тетяна КІБАЛЬНІКОВА

Центральноукраїнський державний педагогічний університет

імені Володимира Винниченка

tatyanakibalnikova@gmail.com

ORCID ID 0000-0001-6488-5459

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.77-85>

The article addresses the issue of intertextual links in the educational pedagogical discourse. The research is based on the theoretical findings and provisions of foreign scholars as well as the linguists of the post-soviet information space, who consider the intertextual links in the aspect of M.M. Bakhtin's dialogic theory. The basic methods of the research are general scientific (descriptive and analytical) and a specific method of linguistic abstraction. The material of the research is a modern coursebook Focus 1, 2, 3, 4 used in teaching a foreign language in mid-school.

The main objective of the case study is to specify the notion of intertextuality, define its role in the didactic text, and to analyze the main intertextual markers in the English coursebook. The coursebook is viewed in the plane of the "supertext" where all heterogeneous didactic materials are interconnected in the aspect of their sense and situational context. Intertextuality in the didactic text stands in close relation with the category of addressability. It suggests a dialogic link with other texts, actualizes precedence of the didactic text, ensures intersubject connections and fosters socio-cultural competence of pupils. The author differentiates the notions of inner and outer intertextuality.

The intertextual markers in the coursebook are precedent names, utterances, events and texts of different genres. There has been cleared out that the most productive spheres for borrowing precedent names are the social sphere and the sphere of arts; precedent utterances are mostly expressed by complete quotations, proverbs and sayings; precedent situations reflect nationally and universally significant events; precedent texts are adopted authentic text fragments of different genres. Non-verbal intertextual markers are schemes, tables, diagrams and artistic images.

Key words: educational pedagogical discourse, didactic text, intertextuality, precedence, verbal and non-verbal intertextual markers.

У статті розглядається проблема міжтекстових зв'язків у навчально-педагогічному дискурсі. Теоретико-методологічною базою дослідження слугують наукові праці зарубіжних науковців і лінгвістів пострадянського простору, які розглядають міжтекстові зв'язки з позицій теорії діалогічності М. М. Бахтіна. Під час проведення дослідження було задіяно загальні методи (описовий та аналітичний) і спеціальний метод лінгвістичної абстракції. Матеріалом дослідження є сучасний навчально-методичний комплекс для вивчення англійської мови на середньому етапі навчання Focus 1, 2, 3, 4.

Метою наукової розвідки є уточнення поняття інтертекстуальності, визначення її ролі в навчальному тексті й аналіз основних виявів інтертекстуальності в підручнику з англійської

мови. Навчально-методичний комплекс розглядається з позиції «надтексту», в якому весь неоднорідний навчальний матеріал пов'язаний змістовно і ситуативно. Інтертекстуальність у навчальному тексті безпосередньо пов'язана з категорією адресатності, забезпечує діалогічний зв'язок з іншими текстами, актуалізує прецедентність навчального тексту, вибудовує міжпредметні зв'язки, сприяє формуванню соціокультурної компетентності учнів. У статті розмежовуємо поняття внутрішньої та зовнішньої інтертекстуальності.

У структурі підручника маркерами внутрішньої інтертекстуальності виступають прецедентні імена, висловлювання, ситуації, різножанрові тексти. З'ясовано, що сфери-джерела запозичення прецедентних імен обмежуються соціальною сферою і сферою мистецтва; прецедентні висловлювання представлені повними цитатами, прислів'ями та приказками; прецедентні ситуації висвітлюють події національної та/або універсальної важливості; прецедентні тексти представлені автентичними адаптованими уривками різних жанрів. Невербальними засобами вияву інтертекстуальності є схеми, таблиці, діаграми, художні зображення.

Ключові слова: науково-педагогічний дискурс, навчальний текст, інтертекстуальність, прецедент, вербальні та невербальні вияви інтертекстуальності.

Вступ. У контексті дискурсології останнім часом спостерігається поживлення інтересу до проведення антропоцентричних лінгвістичних досліджень. До кола актуальних питань потрапляє навчально-педагогічний дискурс, який безпосередньо пов'язаний з науковим, дидактичним, педагогічним, навчально-виховним, академічним та іншими типами дискурсу. Проблемою визначення навчально-педагогічного дискурсу займалися М. Култхард і Дж. Синклер, які вперше застосували цей термін, проте розглядали його особливості в аспекті взаємодії вчителя і учнів. У лінгвістичному плані питанням навчально-педагогічного дискурсу займаються сучасні науковці пострадянського простору: І. Є. Баранова, Н. В. Бхіндер, А. Р. Габідулліна, М. А. Самкова, Г. В. Сорокова та інші. Ураховуючи різноманітні підходи до визначення навчально-педагогічного дискурсу, розуміємо це поняття услід за М. А. Самковою як «систему організованого навчання / спілкування, яка полягає у взаємодії педагога та учнів шляхом навчальних текстів та інших знакових комплексів у межах цілісної навчально-педагогічної ситуації» (Самкова, 2013, с. 104).

Основною складовою навчально-педагогічного дискурсу, його текстовою основою є навчальний текст, який А. Е. Бабайлова тлумачить як «текст, організований з дидактичною метою у змістовому, мовному і композиційному плані в єдину систему; частина сукупної інформації підручника, призначеного для керованого становлення текстової діяльності, на основі якої подається система знань з певної дисципліни <...>, прищеплюються вміння та навички людям певної групи на певному етапі навчання» (Бабайлова, 1987, с. 130). У ньому відображено загальні або професійні знання та соціокультурні цінності народу.

З-поміж усіх текстотвірних категорій навчального тексту особливе місце посідає категорія інтертекстуальності. Роль міжтекстової взаємодії в навчально-педагогічному дискурсі вже приваблювала увагу сучасних лінгвістів (А. Р. Габідулліна, М. А. Самкова, А. Г. Чікібаєв), проте ще й досі не існує комплексного дослідження, спрямованого на те, щоб з'ясувати роль міжтекстових зв'язків у шкільних підручниках з англійської мови, що й обумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета цієї наукової розвідки полягає в тому, щоб визначити особливості основних виявів інтертекстуальності у підручниках, що обумовлює виконання таких завдань: 1) уточнити поняття інтертекстуальності та з'ясувати її роль у навчальному тексті; 2) проаналізувати особливості основних виявів інтертекстуальності в сучасних підручниках з англійської мови.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою дослідження є наукові здобутки Р. Барта, М. М. Бахтіна, Г. В. Денисової, Ж. Дерріди, Ю. Крістєвої, Н. П'єге-Гро та інших, які розглядали інтертекстуальність як багатовимірний міжтекстовий зв'язок в аспекті змісту та формально-знакового вираження. Під час проведення дослідження було задіяно загальні методи (описовий та аналітичний) і спеціальний метод лінгвістичної абстракції, завдяки якому було здійснено комплексний аналіз особливостей міжтекстових зв'язків у навчальних текстах обраного підручника. *Матеріалом* дослідження слугують 142 інфографіки, 96 полілексемних одиниць і 36 текстових одиниць, дібраних шляхом суцільного обстеження навчальних текстів з навчально-методичного комплексу *Focus 1, 2, 3, 4*.

Результати та обговорення. З-поміж дискурсивних категорій, котрі в певній мірі виявляють свої ознаки в різних видах дискурсів, принцип «діалогічності» (термін М. М. Бахтіна) та категорія інтертекстуальності є базовими, конструктивними ознаками навчально-педагогічного дискурсу. О. О. Селіванова визначає інтертекстуальність як «діалогічний зв'язок тексту в семіотичному універсумі з попередніми текстами (рекурсивний) та з подальшим текстотворенням (прокурсивний)» (Селіванова, 2006, с. 191). Думка М. М. Бахтіна про те, що «тексти наповнюються відлунням і відгомонами інших текстів: різного роду цитатами, літературними алюзіями, літературними і позалітературними запозиченнями, будуються як мозаїки з чужих текстів» (Бахтин, 1975, с. 433) якнайкраще увиразнює принцип побудови навчального тексту підручника.

Серед принципів побудови змісту сучасного підручника з англійської мови, які виокремлює В. Г. Редько, діалогічність та інтертекстуальність убачається в кількох: взаємозв'язок навчання мови і культури, забезпечення міжпредметних зв'язків, автентичність тексту навчальних матеріалів, наступність змісту навчання у структурних компонентах навчально-методичного комплексу, типовість або уніфікація засобів навчання (Редько, 2017, с. 51). Слід також зауважити, що А. Р. Габідулліна виокремлює вертикальну (зовнішню) вісь інтертекстуальності, що реалізується за рахунок міжтекстових зв'язків навчальних текстів у межах надтексту, та горизонтальну (внутрішню) інтертекстуальність, яка актуалізується в межах одного навчального тексту (Габідулліна, 2009).

У руслі теорії мовленнєвих жанрів М. М. Бахтіна матеріал навчально-методичних комплексів вкладається в поняття «вторинного (складного) жанру», адже вони «вбирають у себе і перероблюють різноманітні первинні (прості) жанри, які склалися в умовах безпосереднього мовленнєвого спілкування. Ці первинні жанри, котрі входять до складу складних, трансформуються в них і набувають особливого статусу: втрачають безпосереднє відношення до реальної дійсності або до чужих висловлювань <...>» (Бахтин, 1996, с. 160). Потрапляючи до «тексту-реципієнту» відбувається процес «реконцептуалізації», який за

П. Лінеллом є «the dynamic transfer-and-transformation of something from one discourse/text-in-context to another» (*Linell, 1998 процитований у праці Lähdesmäki, 2009, с. 383*). Отже, вважаємо доцільним назвати навчально-методичний комплекс «надтекстом» (термін Н. В. Данилевської), адже весь дискурсивно неоднорідний навчальний матеріал у ньому пов'язаний змістовно і ситуативно.

У структурі навчально-методичного комплексу натрапляємо на множину формальних маркерів міжтекстових зв'язків (цитати, покликання, алюзії, тощо). Це ще раз доводить, що основною текстотвірною категорією навчального тексту є категорія інтертекстуальності у класичному розумінні цього поняття (М. М. Бахтін, Р. Барт, Ю. Крістева), згідно з яким у навчальному тексті містяться результати попередньо накопичених знань, дібраних з так званих «текстів-джерел» – прецедентних текстів. Прецедентність у підручниках А. Г. Чикибаєв убачає в тому, що вони є «сполучною ланкою ланцюгу педагогічної взаємодії між автором навчального посібника та студентами» (*Чикибаєв, 2013, с. 54*).

За теорією прецедентних феноменів Ю. Н. Караулова, В. В. Красных, Г. Г. Слишкіна, Ю. А. Сорокіна та інших, прецедентні феномени представлені прецедентними іменами, висловлюваннями, текстами, подіями.

Прецедентні імена – це «широко відомі власні імена, які використовуються в тексті не скільки для позначення окремої людини (ситуації, міста, організації, тощо), скільки в якості свого роду культурного знаку, символу певних якостей, подій, долей» (*Нахімова, 2007, с. 4*). Критеріями прецедентності імені вважаємо зв'язок імені з класичними творами (*Караулов, 1987*) і впізнаваність імені для більшої частини лінгвістичної спільноти (*Слишкін, 2000*). За допомогою прецедентних імен забезпечується реалізація категорії адресатності навчально-педагогічного дискурсу, адже відомі особистості обираються авторами навчально-методичних комплексів з урахуванням вікових особливостей учнів, їхніх уподобань, потреб, фонових знань, тощо.

Аналіз прецедентних імен за сферою-джерелом виявив, що найбільш продуктивними є сфера мистецтва (кіно, музика, живопис, література) і соціальна сфера (політика і спорт). У фактичному матеріалі дослідження натрапляємо на імена:

1) акторів: *Robert Pattinson (Focus 1, p. 53; Focus 4, p. 88), Emma Watson (Focus 1, p. 53), Johny Depp (Focus 1, p. 66), Kristina Stewart (Focus 1, p. 66), Sandra Bullock (Focus 2, p. 40), Daniel Craig (Focus 3, p. 73), Julia Roberts (Focus 3, p. 73), Daniel Radcliffe (Focus 4, p. 88)*;

2) спортсменів: *Lionel Messi, Natalia Partyka, Pele, Michael Phellps, Natalie do Toit, Venus Williams (Focus 1, p. 76-77), Jessica Ennis, Roger Federer, Robert Kubica (Focus 3, p. 27), Katy Sallivan (Focus 3, p. 29), Cristiano Ronaldo, Troy Polamalu (Focus 3, p. 72)*;

3) співаків і музикантів: *Lady Gaga (Focus 1, p. 53; Focus 2, p. 42), U2 (Focus 2, p. 5), Adele (Focus 2, p. 38), Ludwig van Beethoven, the Beatles (Focus 2, p. 36) Mariah Carey, Christina Aguilera (Focus 2, p. 42), Rihanna, Keith Richards (Focus 3, p. 72)*;

4) письменників і поетів: *Shakespeare (Focus 1, p. 67), Ernest Hemingway, J. K. Rowling (Focus 2, p. 36);*

5) політичних діячів: *Abraham Lincoln, Barack Obama, Billie Holiday, Martin Luther King, Rosa Parks (Focus 2, p. 100-101), Nelson Mandela, Michelle Obama (Focus 4, p. 83);*

6) художників: *Leonardo da Vinci (Focus 1, p. 20), Claude Monet (Focus 2, p. 46).*

До окремих прецедентних імен відносимо імена референтом яких є персонажі літературних творів, кінофільмів, картини: *Mr. Bean (Focus 2, p. 5), Sherlock Holmes (Focus 2, p. 40), Harry Potter, Romeo and Juliet, Hamlet (Focus 2, p. 42), Mona Lisa (Focus 3, p. 18).*

Прецедентні імена в навчальних текстах переважно супроводжуються біографічною довідкою. Це може бути один епізод з життя відомої особи або певний період життєвого досвіду, який вплинув на відому особу, мотивував до дії. Так, у навчально-методичному комплексі Focus 1 у межах теми *Education* містяться короткі тексти про Джонні Деппа, Крістен Стюарт і Альберта Ейнштейна, з яких учні дізнаються про труднощі в навчанні цих знакових особистостей. Навчальний матеріал спрямований не тільки тренувати граматичну компетенцію учнів (Past Simple tense: was/were, could), але й розвивати їхню соціокультурну компетенцію, а також з виховною метою.

Прецедентні висловлювання – це «репродукований продукт мовномисленнєвої діяльності, що становить завершену й самодостатню одиницю, яка може бути або не бути предикативною; складний знак, сума значень якого не дорівнює його смислу: останній завжди «ширше» за просту суму значень» (*Красных, 2002, с. 47-48*). В аналізованому навчально-методичному комплексі прецедентні висловлювання виявили високу продуктивність і передусім представлені:

1) прислів'ями та приказками: *Like father, like son (Focus 1, p. 12); Practice makes perfect (Focus 1, p. 36); If you want a friend, be a friend (Focus 1, p. 48); Learn to walk before you run (Focus 1, p. 60); Health is better than wealth (Focus 1, p. 72); The first step is the hardest (Focus 1, p. 84); Necessity is the mother of invention (Focus 2, p. 24), Money is the root of all evil, Money isn't everything, Money makes the world go round, Money doesn't grow on trees (Focus 2, p. 76), People who say money can't buy happiness don't know where to go shopping (Focus 2, p. 84), A friend is someone who knows everything about you and still likes you, The best mirror you can have is an old friend, There is nothing better than a friend, apart from a friend with chocolate (Focus 3, p. 15), An apple a day keeps the doctor away (Focus 3, p. 72), Love is a chemical reaction, Love is kindness, generosity and self-sacrifice, Love is unconditional, Love drives all great stories (Focus 4, p. 29), When in Rome, do as the Romans do (Focus 4, p. 40), A job is worth doing, it's worth doing well (Focus 4, p. 68).*

2) цитатами відомих особистостей: *Colours are the smiles of nature – Leigh Hunt (Focus 1, p. 96), Wanting to be someone else is a waste of the person you are – Kurt Cobain (Focus 2, p. 12), Every child is an artist. The problem is how to remain an artist when he grows up (Focus 2, p. 36), You never get a second chance to make a first impression – Andrew Grant (Focus 3, p. 12), The most important thing in the Olympic Games is not to win, but to take part – Baron Pierre de Coubertin (Focus 3,*

p. 24), *If you think education is expensive, try ignorance* – Derek Bok (*Focus 4*, p. 12), *Everybody knows how to raise children, except the people who have them* – P. J. O'Rourke (*Focus 4*, p. 26), *Never let the truth get in the way of a good story* – Mark Twain (*Focus 4*, p. 82) та інші.

Слід зауважити, що всі прецедентні висловлювання подані без скорочень; цитати скрізь є атрибутованими, тобто супроводжуються вказівкою на автора тексту-джерела. Першочерговим завданням прецедентних висловлювань в аналізованих навчальних текстах є підкреслити тематику уроку, адже більшість висловлювань розташовані саме на початку тематичних блоків.

Одним із маркерів категорії інтертекстуальності в навчально-педагогічному дискурсі є згадка про знакові події – прецедентні події / ситуації, які актуалізуються через опис цієї ситуації, або її атрибутів (учасників, місця та дати події, основні конотації, оцінку, тощо). У фактичному матеріалі дослідження трапляються згадки про національно-прецедентні ситуації. Наприклад, фестивалі їжі – *The Tomatina, the Battle of the Oranges, the Hokitika Wildfood Festival* (*Focus 1*, p. 30), *the London Marathon* (*Focus 1*, p. 80), *Woodstock Festival in Poland* (*Focus 2*, p. 42), *Six of the best things to do in London* (*Focus 2*, p. 55), *Coachella – music festival in California* (*Focus 3*, p. 14), *Feeding the 5000 in London* – соціальна подія, метою якої є привернення уваги до проблеми надлишкового споживання їжі (*Focus 3*, p. 52), тощо. Досить продуктивними є універсально-прецедентні ситуації, відомі представникам більше ніж однієї культури: *Olympic events* (*Focus 1*, p. 78), *the X Factor* (*Focus 2*, p. 5), *invention of the digital “firsts”* (*Focus 2*, p. 24-25), *launch of Apollo 13* (*Focus 2*, p. 28), *American Civil Rights Movement* (*Focus 2*, p. 101), *launch of Google Earth app* (*Focus 3*, p. 65), *Jeaneology or invention of jeans* (*Focus 4*, p. 58).

3-поміж прецедентних текстів у фактичному матеріалі дослідження переважають ті, які Н. А. Кузьміна називає «ключовими текстами поточного моменту» – реклама, шлягери, телесеріали, політичні та рекламні слогани (Кузьміна, 2004 процитована в праці Нахимова, 2007, с. 76). Жанрова варіативність прецедентних текстів є результатом впливу категорії адресатності, адже тексти обираються з урахуванням вікових особливостей учнів. Автентичні тексти подаються адаптованими та супроводжуються передтекстовими й післятекстовими вправами. Вони сприяють формуванню соціокультурної компетенції учнів. Оскільки навчально-методичний комплекс *Focus* розрахований на середню школу, у фактичному матеріалі дослідження трапляються:

1) уривки з текстів англomовних періодичних видань: *The UK Today* (циклічно в усіх рівнях навчально-методичного комплексу *Focus*), *Lighting the Spark of Learning from The Guardian, 16/03/2010* (*Focus 4*, p. 16-17), *It was Meant to Be from Daily Mail, 20/07/2009* (*Focus 4*, p. 28);

2) уривки з художніх творів: *Dracula* (*Focus 2*, p. 26), *The Curious Incident of the Dog in the Night-time by M. Haddon* (*Focus 3*, p. 101), *Mao's Last Dancer by Li Cunxin* (*Focus 4*, p. 25), *Gone by M. Grant* (*Focus 4*, p. 30);

3) рекламні оголошення та слогани: *Help us Keep Our Wildlife Wild and Safe* (*Focus 1*, p. 101), *St. John's School ad* (*Focus 2*, p. 69), *Wild West Summer Camps advert* (*Focus 2*, p. 81), *We Only Have One Planet. Look after It. Global Warming Doesn't Mean More Sunshine* (*Focus 3*, p. 67);

4) статті з інтернет-сайтів: *What is Fairtrade* <http://www.fairtrade.org.ua> (*Focus 2, p. 86*), *Colours and the Consumer* www.macuser.co.uk (*Focus 2, p. 88-89*), *Tristram Stuart* http://www.eco-age.com/item/1905-Feeding_the_5000;

5) статті з блогів: *Fussy Eaters* www.allaboutfoodblog.uk (*Focus 3, p. 48*), *Globetrotter Travel Competition* (*Focus 3, p. 40-41*), www.festivalwatch.co.uk (*Focus 3, p. 92*).

Категорія інтертекстуальності в аналізованому навчально-методичному комплексі реалізується й у секціях *Grammar Focus* і *Writing Focus*. Граматичні правила та правила оформлення різножанрових текстів академічного писемного мовлення виступають у якості вторинного тексту, вбудованого до структури підручника *Focus*. Міжтекстові зв'язки актуалізуються тут через дефініції, інструкції до виконання вправ і власне тексти вправ.

Концептуально іншим видом реалізації міжтекстових зв'язків у навчально-педагогічному дискурсі є інфографіка (таблиці, схеми, діаграми), логотипи, репродукції картин, тощо. У фактичному матеріалі дослідження схеми і таблиці унаочнюють подання граматичного матеріалу (*Grammar Focus*), чим сприяють ефективності його опанування. У таблицях матеріал подається секційно, основна інформація увиразнена кольором, повторення граматичних правил відбувається з урахуванням принципу перефразування. Внутрішній інтертекстуальний зв'язок у схематичному поданні граматичного матеріалу простежується й і у кінці підручника, де розміщені правила і кілька вправ.

З-поміж семіотичних / невербальних виявів інтертекстуальності в навчально-педагогічному дискурсі є художні зображення: репродукції картин (*Mona Lisa* (*Focus 3, p. 18*)), логотипи (<http://www.youtube.com>, <http://www.classmates.com>, <http://couchsurfing.org/> (*Focus 2, p. 24-25*), обкладинки книг / журналів (*The Curious Incident of the Dog in the Night-time* (*Focus 3, p. 100*), *The Moneyless Man. A Year of Freeconomic Living* by M. Boyle (*Focus 2, p. 77*), *Gone* by M. Grant (*Focus 4, p. 30*)), кіноафіши (*Sherlock Holmes*, *127 Hours*, *The Proposal*, *My Sister's Keeper*, *The King's Speech*, *Let Me In* (*Focus 2, p. 40-41*)).

Зовнішня вісь інтертекстуальності (термін А. Р. Габідуллої) актуалізується в усіх складових навчально-методичного комплексу: підручник, робочий зошит, книга для вчителя, електронні додатки. У підручнику матеріал подається поурочно, робочий зошит містить завдання для відпрацювання матеріалу, у книзі для вчителя містяться інструкції і поради для оптимальної організації навчального процесу.

Висновки. Отже, реалізація міжтекстових зв'язків у навчально-педагогічному дискурсі є об'єктивною необхідністю, адже навчальний текст підручника будується на «старому» знанні, запозиченому з тексту-джерела. Принцип інтертекстуальності безпосередньо пов'язаний з категорією адресатності, оскільки вибір навчальних текстів зумовлений віковими особливостями учнів. Вербальний і невербальний інтертекст підручника забезпечує прецедентність навчальних текстів і міжпредметні зв'язки, а також сприяє формуванню соціокультурної компетентності учнів. Обрана тема дослідження не вичерпується цією науковою розвідкою. Перспективу подальшого

дослідження вбачаємо в порівняльному аналізі виявів інтертекстуальності в сучасних навчально-методичних комплексах зарубіжних і вітчизняних авторів.

Список літератури

- Бабайлова А. Э. Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении народному языку: Социопсихолингвистические аспекты. Саратов : Саратов. ун-т, 1987. 152 с.
- Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики: Исследования разных лет. Москва: Художественная литература, 1975. 502 с.
- Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Бахтин М. М. *Собрание сочинений: в 2 т. Москва: Русские словари*, 1996. Т.5: Работы 1940-1960 гг. С. 159–206.
- Габидуллина А. Р. Учебно-педагогический дискурс : монография. Горловка : Изд-во ГТПИИЯ. 2009. 292 с.
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва : Наука, 1987. 363 с.
- Красных В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. Москва : Гнозис, 2002. 283 с.
- Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации : монография. Екатеринбург, 2007. 207 с
- Редько В. Г. Конструювання змісту шкільних підручників з іноземних мов: теорія і практика : монографія. Київ : Педагогічна думка, 2017. 628 с.
- Самкова М. А. Интертекстуальность и интердискурсивность как категории учебно-педагогического дискурса. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2013. №4 (037). С. 104–108.
- Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-Київ, 2006. 716 с.
- Слышкин, Г. Г. Прецедентный текст: структура концепта и способы апелляции к нему. *Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр.* Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. С. 62–68.
- Чикибаев А. Г. Лингвистические прецедентные феномены в учебных пособиях. *Лінгвістичний вісник*. 2013. Вип. 1. С. 54-58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/livis_2013_1_14.
- Focus 1. Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson, 2016. 127 p.
- Focus 2. Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson, 2016. 127 p.
- Focus 3. Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson, 2016. 135 p.
- Focus 4. Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson, 2016. 142 p.
- Lähdesmäki S. Intertextual analysis of Finnish EFL textbooks: Genre embedding as recontextualization. *Genre in a changing world*. 2009. P. 375-392. DOI: <https://doi.org/10.37514/PER-B.2009.2324.2.19>.

References

- Babailova, A. E. (1987). *Tekst kak product, sredstvo i obiekt kommunikatsii pri obuchenii nerodnomu yaziku: Sotsiolingvisticheskiye aspekty* [Text as a product, means and the object of communication in non-native language: Sociopsycholinguistic aspects]. Saratov: Saratov university.
- Bakhtin, M. M. (1975). *Voprosy literatury i estetiki: Issledovaniya raznykh let* [Questions of Literature and Aesthetics: Research of different years]. Moscow: Artistic Literature.
- Bakhtin, M. M. (1996). *Problemy rechevykh zhanrov* [Collection of Papers: in 2 V.]. Moscow: Russkiye slovari. V.5, 159–206.
- Gabidullina, A. R. (2009). *Uchebno-pedagogicheskiy diskurs: monografiya* [Educational pedagogical discourse: monograph]. Gorlovka: GTPPIY.
- Karaulov, Y. N. (1987). *Russkiy yazyk i yazykovzaya lichnost* [The Russian language and linguistic personality]. Moscow: Nauka.
- Krasnyh, V. (2002). *Etnopsiholingvistika i lingvokulturologiya* [Ethnopsycholinguistics and Linguocultural studies]. Moscow: Gnozis.
- Nahimova, E. A. (2007). *Pretsedentnye imena v massovoi communicatsii: monografiya* [Precedence names in mass communication]. Yekaterinburg.
- Redko, V. G. (2017). *Konstruyuvannia zmistu shkilnykh pidruchnykiv z inizemnykh mov: teoriya i praktyka: monografiya* [Building up the contents of school textbooks: theory and practice: monograph]. Kyiv: Pedagogichna dumka.
- Samkova, M. A. (2013). Intertekstualnost i interdiskursivnost kak kategorii uchebno-pedagogicheskogo discursa [Intertextuality and Interdiscourse as the categories of the educational pedagogical discourse]. *Questions of Cognitive Linguistics*, Nr.4 (037), 104–108.

Selivanova, O. O. (2006). *Suchasna lingvistyka: terminologichna entsyklopediya* [Modern Linguistics: encyclopedia of terms]. Poltava: Dovkillia-Kyiv.

Slyshkin, G. G. (2000). *Pretsedentnyi tekst: struktura kontsepta i sposoby apelliatsii k nemu* [Precedent text: the structure of concept and the ways of appealing to it]. *The Problems of Speech Communication*. Saratov: Saratov un-ty, 62–68.

Focus 1. (2016). Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson.

Focus 2. (2016). Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson.

Focus 3. (2016). Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson.

Focus 4. (2016). Student's book / Kay S. and others. Edinburgh: Pearson.

Lähdesmäki, S. (2009). Intertextual analysis of Finnish EFL textbooks: Genre embedding as recontextualization. *Genre in a changing world*, 375–392. DOI: <https://doi.org/10.37514/PER-B.2009.2324.2.19>.

УДК 811.112.371.34+81'243

**FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE WRITTEN SPEECH
COMPETENCE BY COLLEGE STUDENTS
WITH ELECTRONIC DIDACTIC TOOLS
ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНШОМОВНОГО ПИСЕМНОГО
МОВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕЛЕКТРОННИХ
ДИДАКТИЧНИХ ЗАСОБІВ**

Світлана КІЙКО, Юрій КІЙКО

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

s.kiyko@chnu.edu.ua, y.kiyko@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0003-4964-7043, ORCID ID 0000-0002-2251-2811

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.85-96>

The article considers audiovisual technologies (AT) for written speech training in second language acquisition. The aim is to form and to develop written speech competence that includes different skills, abilities and knowledge of grammar and vocabulary, skills in reading, writing, audition. The research provides some ideas of the students' perception of AT such as the Internet, podcasts, blogs, video conferences, special mobile applications in the education process. The functional features of a video film in the training process and four stages of audiovisual education technology are described. To present the process of training, the pedagogical algorithms based on the structure of the knowledge acquisition process are developed according to the aims of viewing. The stages of AT realization (previewing, presentation, after-viewing, and actualization) are considered. An educational intervention using AT is developed and we investigate the effectiveness of audiovisual technology as a teaching method and the degree of knowledge acquisition of the language content proposed to students. To estimate the written speech competence level, we used the calculation of knowledge acquisition factor of training material.

A significant improvement was observed in the acquired knowledge of written speech training and AT were perceived to be effective in teaching German as a second language. Thus, the Internet teaching resources can contribute to the formation and development of the following competencies for students: foreign communicative competence, including linguistic, sociocultural, educational and cognitive components; communicative-cognitive abilities to search and select, generalize, classify, analyze and synthesize the information received; communicative skills to present and discuss the results of work with Internet resources; the ability to use Internet resources for acquaintance with the cultural and historical heritage of various countries and peoples; the ability to use resources to meet their information and educational interests and needs. Foreign language training based on AT

positively influences students' performance and should play a leading role in the effective communicative competence formation and development.

Key words: written speech training, audiovisual technologies, linguistic, discursive, pragmatic, strategic and socio-cultural competences.

У статті розглянуто аудіовізуальні технології (АТ) для навчання писемного мовлення у процесі оволодіння німецькою як другою іноземною мовою. Метою дослідження є формування та розвиток компетентності писемного мовлення, що включає знання граматики і словникового запасу, навички читання, письма, аудіювання. Запропоновано методiku впровадження таких АТ, як Інтернет, подкасти, блоги, відеоконференції, мобільні додатки в навчальний процес. Описано функціональні особливості відеофільму в навчальному процесі та чотири етапи технології аудіовізуальної освіти. Розглянуто етапи реалізації АТ (попередній перегляд, презентація, перегляд та актуалізація), встановлено ефективність АТ як методу навчання. Для оцінки рівня компетентності писемного мовлення обраховано фактори засвоєння навчального матеріалу.

Результати студії вказують на суттєве поліпшення якості знань студентів з писемного мовлення, що свідчить про ефективність застосування АТ у навчанні німецької як другої іноземної мови. Навчальні ресурси в Інтернеті можуть сприяти формуванню і розвитку низки компетентностей: іншомовна комунікативна компетентність, включаючи лінгвістичну, соціокультурну, освітню та пізнавальну складові; комунікативно-пізнавальні здібності до пошуку та відбору, узагальнення, класифікації, аналізу та синтезу отриманої інформації; комунікативні навички презентації та обговорення результатів роботи з Інтернет-ресурсами; можливість використання Інтернет-ресурсів для ознайомлення з культурною та історичною спадщиною інших країн та народів; здатність використовувати ресурси для задоволення своїх інформаційних й освітніх інтересів та потреб. Опанування іноземної мови на основі АТ позитивно впливає на загальну успішність студентів і повинно відігравати провідну роль у ефективному формуванні та розвитку комунікативної компетентності.

Ключові слова: іншомовне писемне мовлення, аудіовізуальні технології, лінгвістична, дискурсивна, прагматична, стратегічна і соціокультурна компетенції.

Вступ. Суспільно-політичні, економічні та соціальні зміни, що відбуваються в Україні останнім часом, спричиняють значні перетворення й в освітній сфері. Згідно із сучасними вимогами, студенти вишів повинні володіти необхідними компетенціями для здійснення різних видів діяльності, критичним мисленням і досвідом творчої діяльності, вміти користуватися новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ) не тільки в особистих, але й у професійних цілях, зокрема, для укладання письмових повідомлень різної ступені складності. Огляд наукової літератури показує, що на сьогодні опрацьовано і різнобічно проаналізовано низку важливих аспектів навчання іноземного писемного мовлення (ІПМ), а саме: 1) зміст навчання ІПМ у немовних (О. Л. Колоницький, У. Штайнмюллер) і мовних вишах (О.В. Кудряшова, С. Ю. Ніколаєва); 2) набуття навичок ІПМ (Дж. Гармер, В. Коннор, П. Хегболдт); 3) способи використання ІКТ в освіті (О. С. Полат, І. В. Роберт); 4) практичні методики навчання іноземної мови за допомогою ІКТ у вузі на основі електронної пошти (В. Г. Апальков), веб-квесту (О. І. Багузіна), веб-форуму (А. К. Черкасов), корпусу текстів (П. В. Сисоєв, Т. А. Чернякова), інформаційно-освітнього середовища (Т. А. Баєва), технології *Web 2.0* (А. А. Драгунова); 5) шляхи і прийоми навчання ІПМ з використанням ІКТ у вишах на основі блог-технології (П. В. Сисоєв, А. В. Філатова), Вікі-технології

(Ю. Ю. Маркова), цифрового лінгвістичного класу (Н. А. Шегай), сервісу *twitter* (О. В. Пустовалова), ресурсів Інтернету (І. М. Трушкова) тощо.

Аналіз наведених студій свідчить про те, що поза увагою залишилися питання формування компетенції ІПМ студентів за допомогою електронних дидактичних засобів з урахуванням умов дистанційного навчання. Недостатньо описані сутність і структурні компоненти компетенції ІПМ студентів, не визначений комплекс електронних дидактичних засобів при формуванні компетенції ІПМ, не встановлені підходи, принципи й організаційно-педагогічні умови навчання ІПМ за допомогою електронних дидактичних засобів. Поглибленої уваги вимагає діагностичний інструментарій для виявлення рівня сформованості компетенції ІПМ студентів. Необхідно також розробити практичні рекомендації для викладачів з використання електронних дидактичних засобів при формуванні компетенції ІПМ. Усе наведене вище зумовлює *актуальність* нашої розвідки.

Об'єктом дослідження виступає процес формування компетенції ІПМ студентів молодших курсів мовних факультетів при вивченні німецької мови як другої іноземної. *Предмет* дослідження – створення методики формування компетенції ІПМ студентів мовних вузів за допомогою електронних дидактичних засобів. *Мета* дослідження передбачає розробку, обґрунтування та верифікацію методики формування компетенції ІПМ студентів за допомогою електронних дидактичних засобів. Для досягнення вказаної мети в роботі поставлені такі завдання: 1) визначити суть і структурні компоненти компетенції ІПМ, описати критерії, показники та рівні її сформованості; 2) розробити комплекс електронних дидактичних засобів і методичну систему його застосування при навчанні ІПМ; 3) виявити етапи і розробити методику формування компетенції ІПМ, що базується на інтегративному підході, та за допомогою засобів діагностики перевірити її ефективність експериментальним шляхом.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використано такі методи: аналіз психолого-педагогічної, методичної і лінгвістичної літератури, інформаційних і освітніх ресурсів мережі Інтернет з проблеми дослідження; узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду в досліджуваній галузі, анкетування, тестування, спостереження, педагогічний експеримент; кількісний і якісний аналіз результатів педагогічного експерименту. Дослідно-експериментальною базою дослідження став факультет іноземних мов Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (студенти другого і третього курсів спеціальності «Англо-український переклад», які вивчають німецьку мову як другу іноземну).

На діагностично-прогностичному етапі визначено проблему, цілі і завдання дослідження, вивчено питання, пов'язані з організацією навчання і використанням електронних дидактичних засобів у процесі викладання німецької мови. На пошуково-практичному етапі розроблено методичну систему застосування електронних дидактичних засобів при навчанні ІПМ, описано методику формування компетенції ІПМ студентів з використанням електронних дидактичних засобів, а також визначено зміст експериментального навчання, спрямованого на формування компетенції ІПМ студентів. Активна фаза дослідження

відбувалася протягом трьох місяців, коли здійснено верифікацію розробленої методики шляхом її впровадження в практику викладання іноземної мови. На заключному етапі сформульовано висновки і рекомендації дослідження.

Компетенцію ІПМ розглядаємо як одну зі складових комунікативної компетенції. Це поняття вживають поряд з термінами *письмо* і *писемне мовлення*, які розглянуто в контексті реалізації компетентнісного підходу. У лінгводидактиці закріпилося розуміння письма як: 1) знакової системи фіксації мови, що дозволяє за допомогою графічних знаків передавати інформацію на відстані й фіксувати її в часі; 2) виду письмового повідомлення, що посилається з метою передачі інформації; 3) продуктивного виду мовної діяльності, що забезпечує вираження думок в графічній формі (Щукин, 2007, с. 318-320). Компетенція ІПМ включає в себе поняття писемне мовлення і розглядає його як базове. О. В. Кудряшова (2007, с. 66-70) виокремлюють п'ять її складових: лінгвістична, дискурсивна, прагматична, стратегічна і соціокультурна компетенції. Лінгвістична компетенція проявляється в коректному вживанні іноземної мови, що передбачає знання певних норм (фонологічних, морфологічних, синтаксичних, лексичних) і вміння дотримуватися їх у процесі комунікації. Дискурсивна компетенція передбачає володіння різними типами дискурсу, здатність зв'язувати одне висловлювання з іншим, а також логічно викладати думки в ситуації письмового спілкування. Вона охоплює вербальні, невербальні і паралінгвістичні знання, які дозволяють належним чином організовувати смисловий зміст усного та письмового тексту (Scarcella et al., 1990, с. 159-161). Прагматична компетенція полягає в умінні досягнути поставленої мети в письмовому спілкуванні за допомогою різних прийомів отримання та передачі інформації. Стратегічна компетенція охоплює уміння компенсувати нестачу мовних засобів у ході спілкування. Вона є сукупністю навичок і комунікативних умінь, що дозволяють вибирати і при потребі коригувати іншомовну модель письмового тексту. Соціокультурна компетенція передбачає володіння фоновими, країнознавчими та загальнокультурними знаннями певного народу, які відображають його культуру, побут і звичаї. Вона представлена знаннями етносоціокультурного фону ситуацій іншомовного письмового спілкування, ціннісних орієнтацій учасників письмового спілкування, комунікативно-мовленнєвого етикету письмової форми комунікації, лінгвокультурологічних особливостей логіко-композиційної побудови письмових текстів (Шамов, 2012).

Запропонована методична система має на меті сформувати у студентів компетенції ІПМ у сукупності мовних знань та мовленнєвих умінь для створення письмового іншомовного тексту. Вона передбачає тісну взаємодію між викладачем і студентом у процесі навчання ІПМ. Завдання викладача полягає у забезпеченні успішної інтеграції всіх елементів, що лежать в основі навчання ІПМ, а також успішності групової та міжособистісної комунікації студентів. Зміст навчання ІПМ представлено лінгвістичним, прагматичним, соціолінгвістичним, соціокультурним компонентами. Лінгвістичний компонент передбачає розвиток рецептивних навичок в усній і письмовій формах. Він здійснюється на основі листів-зразків іншомовного писемного мовлення, а також відеоуроків та інтерактивних вправ, які надсилаються кожному студенту. Прагматичний

компонент методики спрямований на розвиток здатності студентів будувати висловлювання так, щоб була досягнута мета спілкування. Розроблена методика передбачає написання студентами електронних листів. Соціокультурний компонент визначає розвиток навичок національно-культурної соціальної і мовної поведінки носіїв мови. Соціолінгвістичний компонент ставить за мету розвиток навичок підбору потрібних форм і способів вираження залежно від ситуації та комунікативних цілей. Студенти при формуванні письмових навичок повинні коректно визначати і застосовувати необхідний реєстр спілкування (особистий / діловий), вибираючи відповідні мовні звороти, граматичні конструкції та лексичні засоби.

Результати та обговорення. Розглянемо процес реалізації інтеграційного підходу на практиці. У завданні «відповісти на лист» студенту потрібно скласти і відправити адресату письмове повідомлення із врахуванням комунікативного завдання, соціокультурних та соціолінгвістичних норм іноземної мови, а також виконати творче завдання (підібрати світліну на певну тему тощо). Виконання цього завдання передбачає інтеграцію: 1) електронних дидактичних засобів: Інтернет-сервіси (електронна пошта, пошукові системи); Інтернет-ресурси (музика, зображення, інформація, відео); графічні файли (фотографії, цифрові малюнки); мультимедійні презентації; 2) видів мовної діяльності: прочитання надісланих листів, написання листів у відповідь, аудіювання (перегляд відео); 3) мовлення (монологічні висловлювання на основі матеріалу листа). Запропонована методика формування компетенції ІПМ студентів реалізована в 4 етапи: організаційно-установчий, тренувальний з опорою на зразок, продуктивно-творчий і рефлексивно-оцінний. Форми і види діяльності студентів на кожному етапі реалізації методики представлені в таблиці 1 (див. табл. 1).

Таблиця 1

Форми і види діяльності студентів на етапах реалізації методики навчання ІПМ

Етап	Дистанційні форми і види діяльності	Аудиторні форми і види діяльності
Організаційно-установчий етап		самооцінка вміння продукувати іншомовне письмове висловлювання; виконання тренувальних вправ; ознайомлення з мовними і організаційними особливостями неофіційного і ділового реєстрів писемного спілкування; виконання вправ на визначення реєстру письмового спілкування; ознайомлення з правилами електронної переписки
Тренувальний етап з опорою на зразок	читання листів-стимулів, надісланих викладачем; написання листів-відповідей особистого характеру з опорою на лист-стимул; виконання творчих завдань (підбір фотографій тощо); удосконалення лінгвістичної компетенції через перегляд відеоуроків і виконання інтерактивних вправ	обговорення підсумків дистанційних занять; складання монологічних висловлювань з опорою на зміст написаних листів і виконаних творчих завдань; самооцінка і взаємооцінка монологічних висловлювань
Продуктивно-творчий етап	читання листів-завдань, надісланих викладачем; написання неофіційних і ділових листів; виконання творчих завдань (цифровий малюнок тощо);	обговорення підсумків дистанційних занять; складання монологічних і діалогічних висловлювань з опорою на зміст написаних листів і виконаних творчих завдань; представлення творчих робіт; самооцінка і

	удосконалення лінгвістичної компетенції через перегляд відео-уроків і виконання інтерактивних вправ	взаємооцінка монологічних і діалогічних висловлювань
Рефлексивно-оціночний етап	написання електронного відгуку про пророблену роботу німецькою мовою; виконання підсумкового творчого завдання (колаж, презентація)	самооцінка вміння продукувати ПІМ; порівняльний аналіз студентами вмінь і навичок до і після навчання ПІМ за вказаною методикою; підсумковий виступ студентів з презентацією творчих завдань

На організаційно-установчому етапі основним видом діяльності студентів є виконання тренувальних вправ з формування умінь іншомовного письма; на тренувальному етапі – самостійне написання електронних листів особистого характеру з опорою на зразок, надісланий викладачем як лист-стимул; на продуктивно-творчому етапі – самостійне написання електронних особистих і офіційних листів, відповідно до надісланого викладачем завдання; на завершальному етапі – виконання підсумкових завдань, які мають рефлексивний характер. У рамках запропонованої методики визначено критерії сформованості компетенції ПІМ студентів, які ми поділяємо на основні та допоміжні.

До основних відносимо критерії оцінювання, пов'язані з якістю продукування студентами ПІМ: 1) володіння способами конструювання ПІМ, відповідно до ситуації спілкування; 2) сформованість соціокультурної і соціолінгвістичної компетенції; 3) сформованість лінгвістичної компетенції. До допоміжних критеріїв відносимо високу навчальну мотивацію й адекватну самооцінку. Результатом реалізації запропонованої методики виступає сформованість компетенції ПІМ студентів, яка визначається на основі середнього арифметичного значення показників за всіма згаданими вище критеріями. Ефективність реалізації методики перевірена дослідно-експериментальним шляхом.

У ході емпіричного дослідження виявлено варіаційні і константні умови проведення дослідно-експериментального навчання. До константних умов відносимо: 1) приблизно однакову наповнюваність груп (13-15 студентів); 2) приблизно однаковий вихідний рівень іноземної мови учнів експериментальної та контрольної груп; 3) однакову тривалість періоду вивчення іноземної мови; 4) однакову кількість годин, що відводяться на вивчення іноземної на тиждень; 5) однакові робочі програми вивчення другої іноземної мови; 6) однакові форми контролю. До варіаційних умов зараховуємо використання в експериментальній групі (ЕГ) методики формування компетенції ПІМ студентів: у ході дистанційних занять лише студенти ЕГ виконували завдання зі складання різних видів писемного мовлення і пересилали їх викладачу з використанням соціальних мереж. Дослідно-експериментальна робота проходила в 4 етапи: зондувальний, констатуючий, формуючий і контрольний. На зондувальному етапі основним завданням було отримати необхідну інформацію з метою коригування процесу розробки навчальних матеріалів та реалізації ідей дослідно-експериментального навчання. Методами дослідження на зондувального етапі стали анкетування і бесіда.

Метою констатуючого етапу була первинна діагностика рівня сформованості компетенції ПІМ студентів, що передбачала вирішення таких завдань: 1) встановити показники за критеріями сформованості компетенції ПІМ; 2) визначити методи діагностики сформованості компетенції ПІМ, а також

діагностичний інструментарій; 3) здійснити первинну діагностику рівня сформованості компетенції ІПМ в контрольній групі (КГ) і ЕГ. У процесі вирішення першого завдання констатуючого етапу визначено показники і рівні сформованості компетенції ІПМ студентів. Кожному показнику присвоєні бали з метою уніфікації отриманих результатів (див. табл. 2).

Таблиця 2

Критерії сформованості компетенції іншомовного писемного мовлення

Основні критерії		Бали
Критерій 1: Володіння способами конструювання ІПМ відповідно до ситуації спілкування		
показники	зміст листа цілком відповідає завданням, вибраний вірний реєстр спілкування, дотримані прийняті в мові норми мовної поведінки і культури спілкування	3
	зміст листа не в повній мірі відповідає завданням (не розкрито більше одного аспекту), трапилися порушення реєстра спілкування або прийнятих в мові норм мовної поведінки і культури спілкування	2
	зміст листа не відповідає завданням (не розкрито більшість аспектів), обраний невірний реєстр спілкування.	1
Критерій 2: Сформованість соціокультурної і соціолінгвістичної компетенції		
показники	100-89 % правильних відповідей (високий рівень)	4
	75-88 % правильних відповідей (середньо-високий рівень)	3
	60-74 % правильних відповідей (середній рівень)	2
	59-40 % правильних відповідей (середньо-низький рівень)	1
	39% і менше правильних відповідей (низький рівень)	0
Критерій 3: Сформованість лінгвістичної компетенції (мовне оформлення тексту)		
показники	словниковий запас і граматичні структури відповідають поставленому завданню; лексичні і граматичні помилки практично відсутні (допускається не більше двох лексико-граматичних різнотипних помилок)	3
	є лексичні і граматичні помилки, що не ускладнюють розуміння змісту написаного (не більше 5-ти різнотипних лексико-граматичних помилок)	2
	є численні різнотипні лексико-граматичні помилки (6 і більше)	1
Допоміжні критерії		
Критерій 4: Висока навчальна мотивація		
показники	вибрано 100%-90% мотивів з переліку (високий рівень)	4
	вибрано 89%-80% мотивів з переліку (середньо-високий рівень)	3
	вибрано 79%-70% мотивів з переліку (середній рівень)	2
	вибрано 69%-50% мотивів з переліку (середньо-низький рівень)	1
	вибрано 49% і менше мотивів з переліку (низький рівень)	0
Критерій 5: Адекватна самооцінка		
показ.	адекватна самооцінка	3
	незначно завищена / занижена	2
	неадекватно висока / низька	1
Максимальна кількість балів		17

Виходячи з максимальної кількості балів, які можуть набрати студенти за всіма критеріями, виокремлено рівні сформованості компетенції ІПМ, наведені в таблиці 3 (див. табл. 3). У ході вирішення другого завдання констатуючого етапу визначено методи діагностики сформованості рівня компетенції ІПМ студентів і проведена її

первинна діагностика. Основними методами діагностики стали аналіз письмових робіт, тестування та анкетування. Студентам запропоновано написати особистого листа у відповідь на лист-стимул. З метою виявлення рівня сформованості соціокультурної і соціолінгвістичної компетенції студентів ми розробили тестові завдання, націлені на виявлення знання студентами загальновідомих соціокультурних і соціолінгвістичних реалій. З метою визначення самооцінки студентів застосована тестова методика «Дослідження самооцінки за допомогою процедури рангування» Б. А. Сосновського (цит. за Реан, 2001, с. 44-45).

Результати первинної діагностики студентів КГ і ЕГ на визначення рівня сформованості компетенції ІПМ представлені на рис. 1 (див. рис. 1), де наведено середні значення показників обох вибірок за всіма критеріями сформованості компетенції ІПМ.

Таблиця 3

Співвідношення балів і рівнів сформованості компетенції ІПМ студентів		
Рівень	% від максимуму	Бали
Високий	100-90	17-14
Середньо-високий	89-80	13-12
Середній	79-70	11-9
Середньо-низький	69-50	8-7
Низький	49 і менше	6 і менше

Зображені на рис. 1 результати первинної діагностики рівня сформованості компетенції ІПМ студентів КГ і ЕГ свідчать про те, що студенти в обох вибірках мають приблизно однаковий рівень сформованості вказаної компетенції. Найвищі результати отримані за критеріями 1 «Вирішення комунікативного завдання» і 5 «Адекватна самооцінка». Певні проблеми в студентів викликали тестові завдання на визначення рівня сформованості соціокультурної і соціолінгвістичної компетенції (критерій 2).

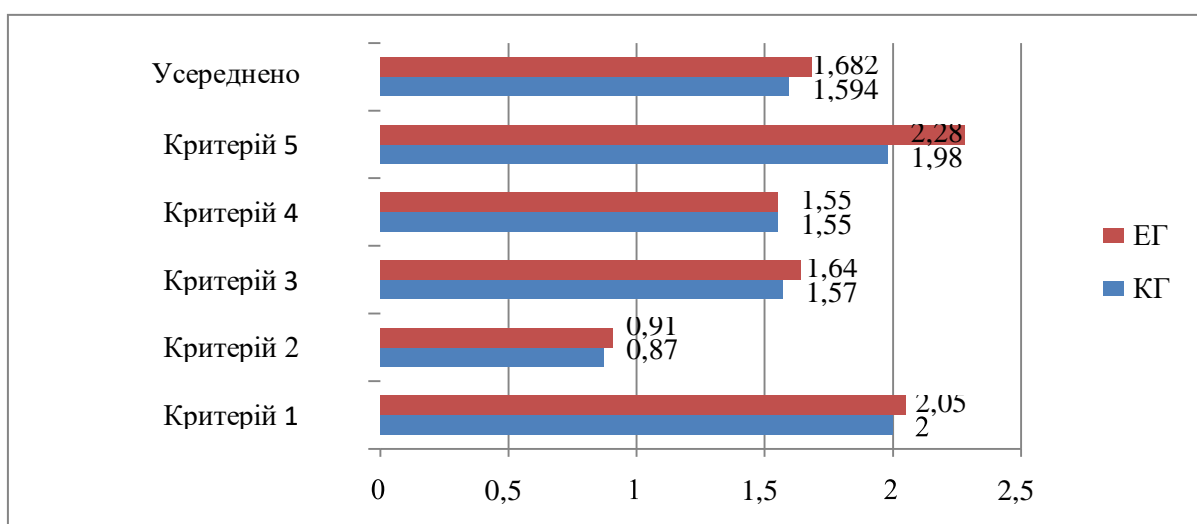


Рис. 1 Порівняльний аналіз середніх значень показників студентів КГ та ЕГ за критеріями сформованості компетенції ІПМ

На рис. 2 представлено порівняльний аналіз показників сформованості компетенції ІПМ студентів КГ та ЕГ за рівнями, отриманими на констатуючому етапі експерименту (див. рис. 2).

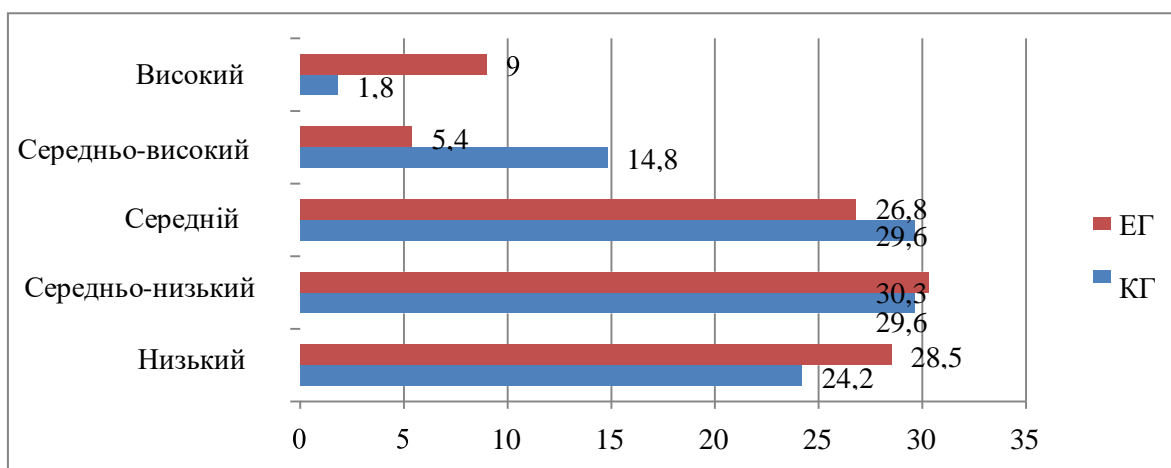


Рис. 2 Порівняльний аналіз рівнів сформованості компетенції ПІМ студентів КГ та ЕГ (у % від кількості студентів; стан до навчання)

Наведені дані свідчать про те, що більшість студентів обох вибірок (більше 80%) до реалізації дослідно-експериментальної роботи перебували на рівнях сформованості компетенції ПІМ від середнього до низького. Високий і середньовисокі рівні були виявлені лише в 16% студентів КГ і в 14% студентів ЕГ. Середній бал за всіма критеріями склав 8,4 бала, що становить 49 % виконання і відповідає середньо-низькому рівню сформованості компетенції ПІМ. Метою формуючого етапу стала реалізація методики формування компетенції ПІМ за допомогою електронних дидактичних засобів, її впровадження в освітній процес. Запропонована методика реалізована в чотири етапи: 1) організаційно-установчий; 2) тренувальний з опорою на зразок; 3) продуктивно-творчий; 4) рефлексивно-оцінний етапи.

Метою організаційно-установчого етапу було ознайомлення студентів з правилами написання листів з урахуванням реєстру спілкування. На цьому етапі студенти здійснили самооцінку вміння продукувати письмове висловлювання методом шкалювання, виконали тренувальні вправи на розширення і скорочення речень, заповнення пропусків відсутніми словами, конструювання речень тощо, познайомилися з наявними реєстрами письмового спілкування, навчилися визначати реєстр письмового спілкування, познайомилися з правилами електронного листування. Завершило цей етап заняття, на якому студенти обговорювали підсумки занять, створювали монологічні висловлювання з опорою на зміст написаних листів, здійснювали самооцінку своєї діяльності і взаємооцінку монологічних висловлювань один одного з використанням бланків оцінки, знайомилися з завданнями наступного етапу.

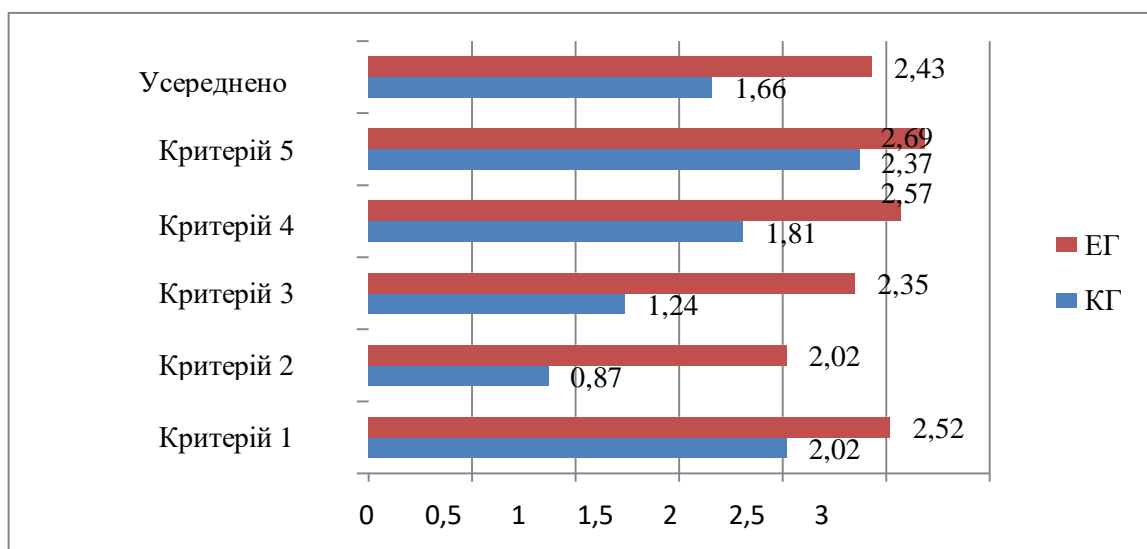
Метою продуктивно-творчого етапу було навчання продукування письмових висловлювань з урахуванням різних реєстрів спілкування. На цьому етапі студенти читали листи-завдання, писали листи-відповіді згідно з отриманим завданням (наприклад, написати лист людині на фотографії, правильно вибравши реєстр спілкування), виконували творчі завдання (наприклад, намалювати логотип або емблему), дивилися мовні відео-уроки, виконували інтерактивні мовні вправи, посилення на які надіслав викладач, створювали монологічні висловлювання з опорою на зміст написаних листів, представляли

свої творчі роботи, здійснювали самооцінку своєї діяльності і взаємооцінку монологічних висловлювань один одного з використанням бланків оцінки.

Метою рефлексивно-оцінного етапу було вдосконалення комунікативної та оціночної компетенцій студентів, в ході якого студенти писали відгук про виконану роботу, виконували підсумкове творче завдання (колаж, мультимедійна презентація, малюнок), що відбиває результати іншомовної мовленнєвої діяльності, здійснили самооцінку вміння продукування ППМ методом шкалювання, провели порівняльний аналіз результатів самооцінки до і після реалізації розробленої програми навчання, виступили перед групою за підсумками навчання та з презентаціями творчих робіт.

Метою контрольного етапу дослідно-експериментального навчання виступає підсумкове визначення рівня сформованості компетенції ППМ студентів після реалізації програми дослідно-експериментального навчання. Основними засобами діагностики, як і на констатуючому етапі експерименту, стали аналіз письмових робіт студентів, тестування та анкетування. На рис. 3 представлено

Рис. 3 Порівняльний аналіз середніх значень результатів студентів КГ та ЕГ за критеріями сформованості компетенції ППМ на контрольному етапі



порівняльний аналіз середніх значень результатів студентів обох вибірок за всіма критеріями на контрольному етапі.

На рис. 4 наведено порівняльний аналіз показників сформованості компетенції ППМ студентів КГ та ЕГ за рівнями, отриманий на контрольному етапі експерименту. Наведені на рисунку 4 дані дозволяють констатувати, що більшість студентів ЕГ після реалізації дослідно-експериментальної роботи показали рівень сформованості компетенції ППМ від середнього до високого. У більшості студентів КГ на контрольному етапі виявлено рівень сформованості компетенції ППМ від середнього до низького. Середній бал студентів ЕГ за всіма критеріями склав 12,1, що відповідає 71% виконання і загальному середньо-високому рівню сформованості компетенції ППМ. Середній бал студентів КГ за всіма критеріями склав 8,6 бала (50 % виконання), який відповідає загальному середньо-низькому рівню сформованості компетенції ППМ.

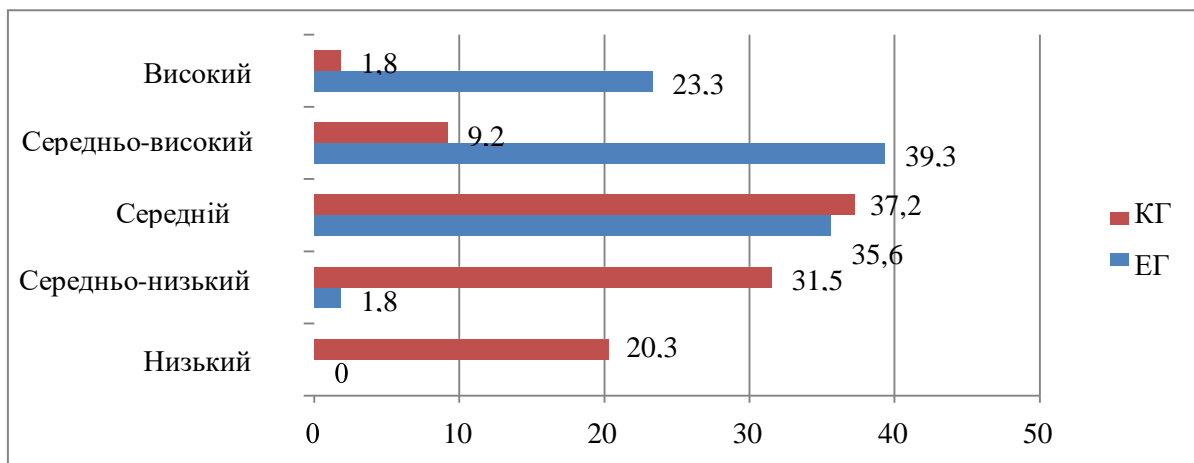


Рис. 4 Порівняльний аналіз рівнів сформованості компетенції ІПМ студентів КГ та ЕГ (у %) на контрольному етапі (після навчання)

Таким чином, результати контрольного етапу експерименту показують, що студенти ЕГ мають відчутно вищий, порівняно зі студентами КГ, рівень сформованості компетенції ІПМ за всіма критеріями, що дозволяє зробити висновок про ефективність розробленої нами методики.

Висновки. Дослідження дозволяє зробити такі висновки: компетенція ІПМ є полікомпонентною структурою, що включає лінгвістичний, прагматичний, соціолінгвістичний та соціокультурний компоненти. Для розвитку кожного з компонентів запропоновано сукупність прийомів і вправ, що реалізуються із застосуванням комплексу електронних дидактичних засобів (Інтернет-сервісів, графічних файлів, мультимедійних презентацій). Методика поетапного формування компетенції ІПМ за допомогою електронних дидактичних засобів базується на низці підходів (інтегративний, комунікативний, системний) і включає 4 етапи: 1) виконання тренувальних вправ; 2) самостійне написання електронних листів особистого характеру з опорою на зразок; 3) самостійне написання електронних неофіційних і офіційних листів відповідно до завдання, надісланим викладачем у листі-завданні; 4) виконання підсумкових завдань, які мають рефлексивний характер. Результати проведеного експерименту підтверджують позитивну динаміку показників рівня сформованості компетенції ІПМ студентів за всіма критеріями: володіння способами конструювання ІПМ відповідно до ситуації спілкування; сформованість соціокультурної і соціолінгвістичної компетенції; сформованість лінгвістичної компетенції; висока навчальна мотивація; адекватна самооцінка.

До завдань подальшого дослідження входить перевірка і, за потреби, оптимізація запропонованої методики формування компетенції писемного мовлення із допомогою інших новітніх медійних дидактичних засобів.

Список літератури

- Кудряшова О. В. Компоненты коммуникативной компетенции при обучении письменной речи. *Вестник ЮУрГУ*. 2007. № 15. С. 12–17.
- Реан А. А. Практическая психодиагностика личности. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. 224 с.
- Шамов А. Н. Методика обучения иностранным языкам : теоретический курс. Нижний Новгород : НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2012. 288 с.

Щукин А. Н. Лингводидактический энциклопедический словарь: более 2000 единиц. М.: Астрель, 2007. 746 с.

Scarcella R., Andersen E. S., Krashen S. D. Discourse competence. Developing Communicative Competence in a Second Language. Boston: Heinle&Heinle Publishers, 1990. P. 159–161.

References

Kudriashova, O. V. (2007). Komponenty kommunikativnoi kompetentsii pri obuchenii pismennoi rechi [Components of communicative competence in teaching writing]. *Vestnyk YuUrHU*, 15, 12–17.

Rean, A. A. (2001). *Prakticheskaia psikhodiagnostika lichnosti* [Practical psychodiagnosics of personality]. S.-Petersburg.: S.-Peterb. universitet.

Shamov, A. N. (2012). *Metodika obucheniia inostrannym iazykam: teoreticheskii kurs* [Methods of foreign language teaching: theoretical course]. Nizhnii Novgorod: NGLU im. N.A. Dobroliubova.

Shchukin, A. N. (2007). *Lingvodidakticheskii entsiklopedicheskii slovar* [Linguodidactic encyclopedic Dictionary]. Moscow: Astrel.

Scarcella, R., Andersen, E. S., & Krashen, S. D. (1990). *Discourse competence. Developing Communicative Competence in a Second Language*. Boston: Heinle&Heinle Publishers, 159–161.

УДК 811.111'373.7:050(410):004

PHRASEOLOGICAL UNITS AS A MEANS OF ATTRACTION OF ENGLISH NEWSPAPER HEADLINES ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ЯК ЗАСІБ АТРАКЦІЇ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Тетяна КІНАЩУК, Наталія СУНЬКО

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

kinashchuk.tetiana@chnu.edu.ua, n.sunko@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-5237-9361

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.96-105>

The article is devoted to the study of the role of phraseological units in English newspaper headlines. The aim of the work is to study and analyze pragmatic functions of phraseological units in the headlines of modern British and American newspaper articles. The notion of phraseological unit is revealed and its features are defined. The subject of the study is 185 phraseological units belonging to three groups, namely: phraseological units with a component related to the field of colour, music and weather. The research material includes 9,200 headlines of English newspapers, dated 2014-2018 and selected from the Questia Online Library. Using the method of continuous sampling, we selected phraseological units from the dictionaries The Oxford Dictionary of Idioms, Dictionary of English Idioms & Phrases and McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary. In addition, the frequency of use of phraseological units of the three groups in the headlines of British and American discourses was studied and analyzed. The study found that the most common of the three groups was the group of phraseological units with a component related to the field of colour. The second most common is the group of phraseological units with a component related to the field of music, and the least numerous is the group of phraseological units with a component related to the field of weather. In addition, it was determined what phraseological units are the most common in English newspaper headlines and which ones are the least common.

Key words: phraseological units, newspaper headlines, British and American newspapers, British and American discourse, pragmatic function, phraseological units with a component related to the field of colour, phraseological units with a component related to the field of music, phraseological units with a component related to the field of weather.

Стаття присвячена дослідженню прагматичної функції фразеологічних одиниць в заголовках сучасних британських та американських газетних статей. Розглянуто функціональні ознаки газетних заголовків та особливості вживання в них фразеологічних одиниць. Розкрито поняття фразеологічної одиниці та визначено її особливості. Предметом дослідження є 185 фразеологічних одиниць, що належать до трьох груп, а саме: фразеологічні одиниці на позначення кольору, фразеологічні одиниці на позначення музики та фразеологічні одиниці на позначення погоди. Матеріал дослідження включає 9200 заголовків англomовних газет, що датовані проміжком 2014-2018 рр. та дібрані з електронної бібліотеки Questia Online Library. Методом суцільної вибірки зібрано корпус фразеологічних одиниць зі словників The Oxford Dictionary of Idioms, Dictionary of English Idioms & Phrases та McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary. Кількісний метод був використаний для обрахунку частотності досліджуваних фразеологічних одиниць в англomовних заголовках британських та американських газет. Було виявлено, що фразеологічні одиниці відіграють ключову роль у приверненні уваги читача. Аналіз частоти вживання фразеологічних одиниць досліджуваних груп в заголовках газет британського та американського дискурсів засвідчив, що найпоширенішою була група фразеологічних одиниць на позначення кольору, другою за частотністю є група фразеологічних одиниць на позначення музики, а найменш чисельною - група фразеологічних одиниць на позначення погоди. Крім того, було визначено, які фразеологічні одиниці найчастіше зустрічаються в англomовних газетних заголовках, а які навпаки – найрідше.

Ключові слова: фразеологічні одиниці, газетні заголовки, британські та американські газети, британський та американський дискурс, прагматична функція, фразеологічні одиниці на позначення кольору, фразеологічні одиниці на позначення музики, фразеологічні одиниці на позначення погоди.

Вступ. У сучасному світі засоби масової інформації, зокрема газети, намагаються залучити увагу читача. Тож журналісти докладають усіх зусиль, аби створити влучний та цікавий газетний заголовок (далі ГЗ), адже він є чи не найважливішим компонентом газетної статті (далі ГС). О. Фадеєва (2017, с. 136) зазначає, що "основний прагматичний зміст заголовка полягає у тому, що він використовується як засіб привернення читацького інтересу". ГЗ має за мету не тільки повідомити про щось та виразити основну ідею статті, але й заінтригувати реципієнта та створити певний контакт між автором та читачем. Досить часто такий ефект досягається завдяки використанню різноманітних експресивних засобів мови, серед яких вагоме місце посідають і фразеологічні одиниці (далі ФО) (Петриця і Удяк, 2017, с. 259). За допомогою використання ФО можна посилити естетичний аспект мови, адже вони є експресивно забарвленими і увиразнюють її (Терлецька, 2020, с. 111). І. Кравцова (2016, с. 29) стверджує, що "завдяки своєму багатому стилістичному потенціалу та неповторним образним ознакам фразеологічні одиниці широко використовуються в усіх типах дискурсу", зокрема й у газетному, чому, власне, й присвячене наше дослідження.

Вивченням ФО та їхніх особливостей активно займалися як українські та російські, так і зарубіжні вчені-лінгвісти, зокрема М. Ф. Алефіренко (1987), Я. А. Баран (1999), В. В. Виноградов (1977), О. В. Кунін (1996), В. Н. Телія (1996), В. Д. Ужченко (2007), L. Smith (1966) та ін.

Актуальність теми даної статті зумовлена загальною спрямованістю сучасних досліджень на вивчення закономірностей використання ФО в англomовних ГЗ; відсутністю комплексного та функціонально дискурсивного

дослідження ФО у мові англомовних ГЗ. Тема є актуальною, позаяк фразеологія англійської мови постійно поповнюється а в англомовних ГЗ часто можна спостерігати ФО, які потребують ретельної наукової інтерпретації

Мета роботи полягає у дослідженні та аналізі прагматичної функції ФО трьох обраних груп – ФО на позначення кольору, музики та погоди – в заголовках сучасних британських та американських ГС. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань: розглянути функціональні особливості ГЗ; розкрити поняття ФО та визначити їхні особливості; порівняти частоту вживання ФО трьох груп за роками (2014-2018 рр.) та у національних – британському та американському – дискурсах.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснено дослідження ФО, які функціонують у заголовках сучасних англомовних, зокрема американських та британських газет, датованих проміжком 2014-2018 рр. Не зважаючи на те, що інтерес багатьох сучасних науковців звернений до газетного дискурсу, зокрема до вивчення ГЗ, у науковій літературі не існує загальноприйнятої думки про прагматичну функцію ФО. У нашій роботі ФО розглядаються як засіб атракції англомовного ГЗ.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань застосовувалася комплексна методика дослідження матеріалу, що включає: метод суцільної вибірки – для вилучення ФО зі словників (*The Oxford Dictionary of Idioms* (2004), *Dictionary of English Idioms & Phrases* та *McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary* (2007)); кількісний метод, що був використаний для підрахунку кількості вживання досліджуваних ФО в англомовних заголовках британських та американських газет; порівняльний метод – для порівняння вживання ФО в англомовних заголовках британських та американських газет і зіставлення досліджуваних ФО.

Матеріал дослідження склали словники (*The Oxford Dictionary of Idioms* (2004), *Dictionary of English Idioms & Phrases* та *McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary* (2007)), корпус електронної бібліотеки *Questia Online Library* та сучасні англомовні (американські та британські) газети, 2014-2018 рр.

Результати та обговорення. ГЗ володіє багатьма функціями, які постійно взаємодіють між собою, але зазвичай у кожному ГЗ все-таки домінує якась одна з них. Згідно з В. Івановим (2000, с. 108), "найважливіша функція газетного заголовка – керувати увагою читача". Для виконання цієї функції автори статей вдаються до різноманітних експресивних засобів та прийомів, зокрема ФО.

Вчені-дослідники по-різному підходили до визначення ФО, зокрема О. Кунін (1996, с. 4) вважав, що "фразеологічні одиниці – це стійкі поєднання слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурно-семантичним моделями змінних словосполучень", а В. Телія (1996, с. 56) стверджувала, що ФО – це "загальна назва семантично пов'язаних поєднань слів..., які... відтворюються в мові у фіксованому співвідношенні семантичної структури та певного лексико-граматичного складу". Тож серед особливостей ФО можна виокремити такі як цілісність значення, фразеологічна відтворюваність, відносна постійність складу та структури, експресивність.

За словами О. Куніна (1996, с. 60), серед найважливіших функцій будь-якої мовної одиниці, в тому числі й ФО, чільне місце посідає саме прагматична, яка реалізується у здійсненні цілеспрямованого впливу на реципієнта.

Розглянемо функціонування ФО трьох обраних груп – на позначення кольору, музики та погоди – у заголовках британських та американських газет, датованих проміжком 2014-2018 рр.

1. Фразеологічні одиниці на позначення кольору.

Опрацювавши лексикографічні джерела та корпус електронної бібліотеки *Questia Online Library*, ми вилучили та дослідили 73 ФО на позначення кольору, тобто такі, до складу яких входять лексеми, що позначають кольори (*black, blue, brown, green, grey, red, pink, purple, white, yellow*) або ж, власне, слово *colour* чи *color*. Всього кількість проаналізованих англomовних ГЗ з ФО на позначення кольору становить 5025.

Варто зазначити, що в проміжку 2014-2018 рр. 19 із 73 ФО жодного разу не зустрічалися в англomовних ГЗ, що наявні в електронній бібліотеці *Questia Online Library*. Серед них такі: *a horse of another colour* (інша річ), *to beat someone black and blue* (побити когось до синців), *black will take no other hue* (чорну душу не відмиєш; не допоможе мертвому кадило, а вороні мило), *to talk a blue streak* (безперервно й довго говорити), *born in the purple* (той, який народився в королівській родині або родині привілейованого класу), *big white chief* (особа, наділена владою, повноваженнями), *yellow-bellied* (боязкий, малодушний) та інші.

У ході дослідження ми виявили, що з-поміж опрацьованих нами ФО найчастіше вживаними є такі: *the green light* (дозвіл на здійснення планів, задумів тощо) – 1452 ГЗ; *red tape* (бюрократизм, канцелярський формалізм) – 533 ГЗ; *blackout* (тимчасова відсутність електричного освітлення або тимчасова втрата свідомості чи провал пам'яті) – 336 ГЗ;. Найрідше у проаналізованих нами ГЗ зустрічалися такі ФО: *under false colours* (лицемірно, нещиро), *between the devil and the deep blue sea* (в безпорадному стані), *blue-sky research* (непрактичне, неприбуткове дослідження), *colour bar* (расова дискримінація) – по 1 ГЗ, *a horse of a different colour* (інша річ), *a black mark against someone* (несхвальна дія людини, занесення до чорного списку), *green about the gills* (той, хто почувається хворим, якого нудить) – по 2 ГЗ.

Розглянемо декілька англomовних ГЗ з ФО на позначення кольору. Найбільше виявилось ГЗ з ФО, до складу яких входить слово *green*. Наприклад, у ГЗ *Why Your Colleagues Will Be Green with Envy* (*Daily Herald (Arlington Heights, IL), 5/10/2018*) бачимо ФО *green with envy*, що описує людину, яка готова тріснути від заздрості.

Хоча й характеризуються нижчим показником частотності вживання, та все ж доволі поширеними є ГЗ з ФО, до складу яких входить слово *black*. Було виявлено, що переважно всі ФО зі словом *black* мають негативне значення. Яскравим прикладом може слугувати ГЗ *Black Day for Yeung, but Good News for Blues Fans* (*Birmingham Evening Mail (England), 8/02/2014*), у якому використано ФО *black day* на позначення важкого, поганого дня.

Дуже часто можна побачити ГЗ з ФО, до складу яких входить слово *red*, що може надавати ФО як позитивне, так і негативне значення. У ГЗ *A Red Herring*:

the Dangers of a Little Known Snake Variety (The Northern Star (Lismore, Australia), 2/06/2015) спостерігаємо ФО *a red herring*, яка позначає щось, що використовують для відвертання уваги або замилювання очей. ГЗ *Pupils Have a Red Letter Day (The Journal (Newcastle, England), 4/02/2015)* актуалізує ФО *red letter day*, що означає свято. ГЗ *Red Carpet Treatment for Oil Barons Shames London (The Evening Standard (London, England), 13/07/2017)* відсилає до ФО *the red-carpet treatment*, що означає "урочистий прийом".

Як виявилось, ФО на позначення кольору дійсно дуже часто зустрічаються в англомовних ГЗ. Зокрема, за 2014-2018 рр. з 5025 розглянутих нами ГЗ 1677 містили ФО зі словом *green*, 900 – зі словом *black*, 855 – зі словом *red*, 756 – зі словом *blue*, 270 – зі словом *pink*, 225 зі словом *colour/color*, 193 – зі словом *white*, 84 – зі словом *grey*, 65 – зі словом *brown*, 0 – зі словом *purple*, 0 – зі словом *yellow*.

2. Фразеологічні одиниці на позначення музики.

Опрацювавши лексикографічні джерела, ми вилучили 43 ФО на позначення музики, тобто такі, до складу яких входять слова зі значенням безпосереднього стосунку до музики, а саме: *music, jazz, play, bell, tune, tuned, tuning, fiddle, trumpet, song, chord, note, tango* та *whistle*. Загалом кількість проаналізованих англомовних ГЗ з ФО на позначення музики становить 2111.

Варто зазначити, що 10 з 44 ФО взагалі не було знайдено в англомовних ГЗ, датованих проміжком 2014-2018 рр. Серед них такі: *to bell the cat* (взяти на себе ризик, ініціативу в небезпечній справі), *you can't unring the bell* (час не повернути), *a face as long as a fiddle* (похмуре обличчя), *to whistle in the dark* (вірити в позитивний результат попри те, що інші переконані в протилежному), *whistling Dixie* (людина, що сприймає все не критично, крізь "рожеві окуляри") та інші.

Було виявлено, що з-поміж опрацьованих нами ФО найчастіше вживаними є такі: *on song* (гарно виконувати) – 590 ГЗ, *to call the tune* (хазяйнувати, командувати, задавати тон) – 131 ГЗ, *to face the music* (мужньо зустріти або перенести неприємність) – 122 ГЗ, *to strike a chord* (торкнутися струн душі) – 121 ГЗ. Найменш часто у проаналізованих нами ГЗ зустрічалися такі ФО: *to play by ear* (виконувати без підготовки), *as clear as a bell* (який виразно чути, виразний), *to fiddle while Rome burns* (розважатися під час народного лиха) – по 1 ГЗ.

Розглянемо декілька англомовних ГЗ з ФО на позначення музики. Насамперед, розглянемо ГЗ з ФО, до складу якої входить, власне, слово *music*. ГЗ *England on a Short Leash; Aussie Quicks to Continue Chin Music (Daily Examiner (Grafton, Australia), 29/11/2017)* апелює до ФО *chin music*, що позначає базікання, балаканину.

Найбільше за кількістю нами виявлено ГЗ з ФО, що містить слово *song*. У ГЗ *Style, Quality for a Song; Lifeline's \$2 Clothing Sale Is Back after Five Tonnes of Clothing Snapped Up Last Year (Tweed Daily News (Tweed Heads, Australia), 7/02/2015)* бачимо ФО *for a song*, що має значення "за півціни; за безцінь".

Ми помітили низьку частотність ГЗ з ФО, до складу яких входять слова на позначення музичних інструментів. До прикладу, ГЗ *Marching to a Different Beat; Strictly Star Craig Revel Horwood Tells ROZ LAWS about Blowing His Own Trumpet (Birmingham Evening Mail (England), 14/02/2014)* актуалізує ФО *to blow one's own trumpet*, що означає "вихвалитися, співати дифірамби самому собі". А ось ГЗ *The King in a Tin! Sardines Play Second Fiddle to Tuna, Yet Experts Say The Little Fish Is*

Superior - and Improved by Being Crammed in a Can (Daily Mail (London), 24/05/2015) апелює до ФО *to play second fiddle to*, що має значення "грати другорядну роль".

Дослідження показало, що за 2014-2018 рр. з усіх досліджених ГЗ 842 містять ФО зі словом *song*, 361 – зі словом *tune*, 251 – зі словом *music*, 126 – зі словом *chord*, 126 – зі словом *note*, 97 – зі словом *bell*, 94 – зі словом *tuning*, 57 – зі словом *tuned*, 53 – зі словом *fiddle*, 50 – зі словом *whistle*, 45 – зі словом *jazz*, 21 – зі словом *tango*, 12 – зі словом *trumpet*, 1 – зі словом *play*.

3. Фразеологічні одиниці на позначення погоди.

Опрацювавши лексикографічні джерела, ми вилучили 69 ФО на позначення погоди. До складу таких ФО входять слова, що безпосередньо пов'язані з погодними явищами, а саме: *weather, wind, warm, cold, fog, sky, sun, sunshine, lightning, cloud, rainbow, rain, snow, storm*. Всього кількість проаналізованих англомовних ГЗ з ФО на позначення погоди становить 2064.

Ми помітили, що 21 з 69 ФО взагалі не було знайдено в англомовних ГЗ, датованих проміжком 2014-2018 рр. Серед них такі: *fine weather for ducks* (дошова погода), *to make good weather of it* (добре витримувати шторм), *to the four winds* (на всі чотири сторони), *to break out in a cold sweat* (лякатися), *cloud on the horizon* (проблема, неприємність, яка насувається) та інші.

У ході дослідження було виявлено, що з-поміж опрацьованих нами ФО найчастіше вживаними є такі: *cold feet* (боягузтво, малодушність) – 188 ГЗ, *a rainy day* (чорний день) – 176 ГЗ, *on cloud nine* (дуже щасливий) – 160 ГЗ, *rain or shine* (якою би не була погода) – 154 ГЗ. Досить велика кількість ФО характеризувалася низьким рівнем частоти вживання. Серед них такі: *it's an ill wind* (нема лиха без добра), *lightning never strikes twice* (блискавка ніколи не б'є двічі в одне місце), *to chase rainbows* (переслідувати нереальні цілі), *not a snowball's chance in hell* (жодного шансу) – по 1 ГЗ.

Розглянемо декілька англомовних ГЗ з ФО на позначення погодних явищ. Насамперед, розглянемо ГЗ з ФО, до складу якої входить, власне, слово *weather*. До прикладу, ГЗ *Feeling under the Weather? Local Health Clinic Reminds Public That It's Available to All (Daily Herald (Arlington Heights, IL), 23/01/2018)* актуалізує ФО *under the weather*, що означає "бути в біді, бути хворим".

Також ми не оминули ФО зі словами *cold* та *warm*, але помітили, що кількість досліджуваних ГЗ з ФО, до складу яких входить слово *cold*, значно, а саме в більш, ніж 100 разів, переважає над кількістю ГЗ, що містять ФО зі словом *warm*. У ГЗ *Killer Who Stabbed Lecturer in Cold Blood Could Get 30 Years (Daily Mail (London), 8/12/2018)* спостерігаємо ФО *in cold blood*, що означає "холоднокровно, безжалісно". А ГЗ *A Clam Stew to Warm the Cockles of Your Heart (Daily Herald (Arlington Heights, IL), 24/01/2018)* апелює до ФО *to warm the cockles of one's heart*, яка має значення "зігрівати серце".

Дослідивши частоту вживання ФО, до складу яких входили слова на позначення природних явищ, а саме: *rain, storm, wind, snow, lightning* та *rainbow*, ми виявили певні особливості. Цікаво, що найчастіше нам зустрічалися ФО зі словами *rain, storm* та *wind*. До прикладу, у ГЗ *Right as Rain? Not Yet, Say Forecasters (Daily Mail (London), 5/08/2015)* бачимо ФО *right as rain*, що означає "цілий та неушкоджений, у повному порядку". Друге місце за частотою серед

природних явищ займає слово *storm*. ГЗ А *Calm before the Storm; Warm Winter Has Increased Disaster Risk (The Daily Mercury (Mackay, Australia), 4/09/2017)* актуалізує ФО *calm before the storm*, яка позначає “тишу перед бурею”. Третім за частотою виявилось слово *wind*. У ГЗ *Not a Time to Throw Caution to the Wind (The Birmingham Post (England), 3/12/2016)* бачимо ФО *to throw caution to the wind*, що означає "забути про обережність, розсудливість".

Було виявлено, що з усіх проаналізованих нами за 2014-2018 рр. ГЗ 621 містять ФО зі словом *cold*, 349 – зі словом *rain*, 268 – зі словом *storm*, 225 – зі словом *cloud*, 193 – зі словом *sky*, 162 – зі словом *weather*, 134 – зі словом *wind*, 101 – зі словом *sunshine*, 57 – зі словом *sun*, 19 – зі словом *lightning*, 15 – зі словом *fog*, 6 – зі словом *warm*, 6 – зі словом *rainbow*, 5 – зі словом *snow*.

4. Порівняльний аналіз фразеологічних одиниць в англійських ГЗ за дискурсами.

ФО використовуються в англійських заголовках газет різних країн, проте закономірності та частота використання певних ФО в них відрізняється. Для дослідження було обрано ГЗ британського та американського дискурсів. Як уже зазначалося, дослідження проводилося в електронній бібліотеці *Questia Online Library*, де є 36 американських, 29 британських, 15 австралійських, 2 канадських газети, а також 1 індійська, 1 корейська, 1 африканська, 1 філіппінська та 1 японська англійська газета. Було зафіксовано заголовки всіх наявних газет, в яких зустрічалася певна ФО, а також окремо виділено лише заголовки британських та американських газет.

У табл. 1 подано розподіл трьох досліджуваних груп ФО за національними дискурсами.

Як бачимо з табл. 1, з усіх ГЗ, що містять ФО на позначення кольору (5025 ГЗ), виявилось лише 3882 заголовки британських та американських газет. З них 3068 заголовків, а це у відсотковому співвідношенні становить 79 %, було зафіксовано у британських газетах. Решта 814 заголовків, а це 21 %, припадають на американські газети.

Таблиця 1

Дискурсивний розподіл ФО

Тема ФО	Тип дискурсу	Британський	Американський	Всього
ФО на позначення кольору		3068	814	3882
ФО на позначення музики		1537	292	1829
ФО на позначення погоди		1414	335	1749
Всього		6019	1441	7460

Стосовно ФО на позначення музики було зазначено, що із загальної кількості проаналізованих ГЗ (2111 ГЗ) на британські та американські газети припадають 1829 ГЗ. Серед них 84 %, тобто 1537 ГЗ, належать до британського дискурсу, а 16 %, тобто 292 ГЗ – до американського.

У групі ФО на позначення погоди спостерігаємо схожі до попередньої групи показники. З усіх розглянутих ГЗ, до складу яких входять ФО на позначення погоди (2064 ГЗ), британські та американські газети налічують 1749 заголовків. З них 1414 ГЗ, тобто 81 %, зафіксовано в британських газетах, а 335 ГЗ, що становить 19 %, – в американських.

Загалом з усіх проаналізованих 9200 ГЗ прослідковуємо, що саме на британські та американські газети припадає 7460 ГЗ. З них 6019 ГЗ виявилось у британських газетах, а це у відсотковому співвідношенні становить 81 %. Заголовки американських газет у свою чергу налічують всього 1441 одиницю, що становить 19 %.

Отже, бачимо, що, порівняно з американськими, у британських газетах значно переважають заголовки з ФО трьох досліджуваних груп. Можемо зробити висновок, що заголовки британських періодичних видань більше відкриті до використання ФО та більше експресивно забарвлені ними.

Висновки. Отже, оскільки основною функцією ГЗ є привернення уваги читача, то ФО часто використовуються в англійських ГЗ. Завдяки своїм особливостям вони надають ГЗ експресивності та слугують засобом атракції англійських ГЗ. А це є причиною та стимулом для журналістів безперервно вдаватися до ФО як одного з найбільш ефективних засобів мови.

Було простежено тенденцію, що ФО на позначення кольору є домінуючими у ГЗ серед різних тематик та груп. Це можна пояснити тим, що, власне, за допомогою ФО на позначення кольору автори увиразнюють повідомлення про події з різноманітних сфер життя: культура, політика, економіка, спорт та інші. Адже осмислення проблем семантики ФО з позначенням кольору в ГЗ дозволяє встановити соціокультурні чинники утворення ФО з колоративним компонентом, а також визначити метафоричні переноси кольоронайменування; скласти уявлення про структуру знань, яка закодована у ГЗ.

Перспективу дослідження вбачаємо у подальшому застосуванні отриманих результатів для порівняння різних тематичних груп ФО з точки зору когнітивної лінгвістики та вивчення соціокультурного компоненту колірної лексики в англійських ГЗ та газетних статтях.

Список літератури

Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Харків : Вища школа, 1987. 136 с. URL: http://litmisto.org.ua/?page_id=20050 (Дата звернення: 20.04.2020).

Баран Я. А., Зимомря М. І. Теоретичні основи фразеології : навч. посібник для студ. фак. іноземних мов. Ужгород : Ужгородський державний університет, 1999. 176 с.

Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. Избранные труды. Москва : Наука, 1977. 318 с. URL: <https://obuchalka.org/2016110591627/leksikologiya-i-leksikografiya-izbrannie-trudi-vinogradov-v-v-1977.html> (Дата звернення: 25.04.2020).

Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій : навч. посібник для студ. фак. журналістики. Київ : Знання, 2000. 222 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000838> (Дата звернення: 20.04.2020).

Кравцова І. І. Фразеологізми в сучасній англійській мові: визначення, підходи, класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2016. Т. 2, № 20. С. 29–32.

Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., перераб. М. : Высш. шк., Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. 381 с. URL: <https://epdf.pub/-24c0f6b87020a89559faac598144794b3364.html> (Дата звернення: 25.04.2020).

Петриця Л. І., Удяк Г. І. Специфіка вживання англійських фразеологізмів (на прикладі британських електронних ЗМІ). *Молодий вчений*. 2017. № 4.3 (44.3). С. 259–263.

Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=213170> (Дата звернення: 25.04.2020).

Терлецька Л. П. Внутрішні закономірності та основні ознаки фразеологічних одиниць в англійській мові. *Молодий вчений*. 2020. № 3.2 (79.2). С. 111–115.

Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія української мови : навч. посібник. К., 2007. 399 с.

Фадеева О. В. Функції та засоби прагматизації газетних заголовків. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2017. № 27 (2). С. 135–139.

Dictionary of English Idioms & Phrases. URL: www.usingenglish.com/reference/idioms (Last accessed: 23.04.2020).

Questia Online Library. URL: <http://www.questia.com> (Last accessed: 20.04.2020).

Smith L. P. The English Language. 2nd ed. New York: Henry Holt and Company, 1966. 256 p. URL: <https://gutenberg.ca/ebooks/smithlp-englishlanguage/smithlp-englishlanguage-00-h.html> (Last accessed: 23.04.2020).

Spears Richard A. McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary. 2nd Edition. New York; San Francisco: McGraw-Hill, 2007. 276 p.

The Oxford Dictionary of Idioms. 2nd Edition / ed. Judith Siefring. Oxford: Oxford University Press, 2004. 348 p. URL: <http://ngoangu.vimaru.edu.vn/wp-content/uploads/documents/Oxford-Dictionary-of-Idioms-1.pdf> (Last accessed: 23.04.2020).

References

Alefirenko, M. F. (1987). *Teoretychni pytannia frazeolohii* [Theoretical issues of phraseology]. Kharkiv: Vyscha shkola. Retrieved from http://litmisto.org.ua/?page_id=20050.

Baran, Ya. A., & Zymomria, M. I. (1999). *Teoretychni osnovy frazeolohii: navch. posibnyk dlia stud. fak. inozemnykh mov* [Theoretical foundations of phraseology: textbook. manual for students. fac. foreign languages]. Uzhhorod: Uzhhorodskiy derzhavnyi universytet.

Vynogradov, V. V. (1977). *Leksykologiya y leksykografya. Yzbrannyye trudy* [Lexicology and lexicography. Selected works]. Moskva: Nauka. Retrieved from <https://obuchalka.org/2016110591627/leksikologiya-i-leksikografiya-izbrannie-trudi-vinogradov-v-v-1977.html>.

Ivanov, V. F. (2000). *Tekhnika oformlennia hazety : kurs leksii : navch. posibnyk dlia stud. fak. zhurnalistyky* [Technique of newspaper design: a course of lectures: textbook. manual for students. of fac. of journalism]. Kyiv: Znannia. Retrieved from <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000838>.

Kravtsova, I. I. (2016). Frazеolohizmy v suchasni anhliskii movi: vyznachennia, pidkhody, klasyfikatsii [Phraseologisms in modern English: definitions, approaches, classifications]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. Ser.: Filolohiia, 20 (2), 29–32.

Kunyn, A. V. (1996). *Kurs frazeolohyy sovremennoho anhliskoho yazyka* [Course of phraseology of modern English]: Ucheb. dlia yn-tov y fak. ynostr. yaz. 2-e yzd., pererab. M.: Vyssh. shk., Dubna: Yzd. tsentr «Fenyks». Retrieved from <https://epdf.pub/-24c0f6b87020a89559faac598144794b3364.html>.

Petrytsia, L. I., & Udiak, H. I. (2017). Spetsyfika vzhivannia anhliskykh frazeolohizmiv (na prykladi brytanskykh elektronnykh ZMI) [Specifics of the use of English phraseology (based on British electronic media)]. *Molodyi vchenyi*, 4.3 (44.3), 259–263.

Telya, V. N. (1996). *Russkaia frazeolohiya. Semanticheskyi, prahmatychesky y lnhvokulturolohycheskyi aspekty* [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguocultural aspects]. M.: Shkola «Iazyky russkoi kultury». Retrieved from <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=213170>.

Terletska, L. P. (2020). Vnutrishni zakonornosti ta osnovni oznaky frazeolohichnykh odyntys v anhliskii movi [Internal patterns and basic features of phraseological units in English]. *Molodyi vchenyi*, № 3.2 (79.2), 111–115.

Uzhchenko, V. D., & Uzhchenko D. V. (2007). *Frazeolohiia suchasnoi ukrainskoi movy: Navch. Posibnyk* [Phraseology of modern Ukrainian language: textbook]. K.: Znannia.

Fadeieva, O. V. (2017). Funktsii ta zasoby prahmatyzatsii hazetnykh zaholovkiv [Functions and means of pragmatization of newspaper headlines]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia*, № 27 (2), 135–139.

Dictionary of English Idioms & Phrases. Retrieved from www.usingenglish.com/reference/idioms.

Questia Online Library. Retrieved from <http://www.questia.com>.

Smith, L. P. (1966). *The English Language*. 2nd ed. New York: Henry Holt and Company. Retrieved from <https://gutenberg.ca/ebooks/smithlp-englishlanguage/smithlp-englishlanguage-00-h.html>.

Spears, R. A. (2007). *McGraw-Hill's Essential American Idioms Dictionary*. New York; San Francisco: McGraw-Hill.

Siefring, J. (Ed.). (2004). *The Oxford Dictionary of Idioms*. 2nd Edition. Oxford: Oxford University Press. Retrieved from <http://ngoangu.vimaru.edu.vn/wp-content/uploads/documents/Oxford-Dictionary-of-Idioms-1.pdf>.

УДК 811.111'272'42

**THE MODELLING OF THE DOMAINS OF THE EXPRESSION OF THE
CONCEPT OF *LANGUAGE* IN THE BRITISH PUBLICISTIC DISCOURSE
ON THE BASIS OF THE CHI-SQUARE CRITERION
МОДЕЛЮВАННЯ ДОМЕНІВ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ *LANGUAGE*
В БРИТАНСЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ
НА ОСНОВІ ПОКАЗНИКА χ^2**

Мирослава КОВАЛЮК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

m.kovaliuk@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0001-5972-2145

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.105-114>

The article is devoted to the modelling of domains which express the concept of *LANGUAGE* in the British publicistic discourse on the basis of the χ^2 criterion. A domain is a cognitive model that contains a set of features that are revealed when the concept name is combined with accompanying words. To determine the domains of the expression of the concept under study, the adjoining words (nouns, verbs, adjectives) are analyzed in one syntactic frame together with the nominative lexeme „language”. Accompanying nouns, verbs and adjectives to the concept name of *LANGUAGE* are grouped by common thematic features and divided into lexical-semantic classes (LSCs), representing the spheres of concept expression: nouns constitute forty LSCs, verbs account for thirty-five LSCs, adjectives amount to twenty-six LSCs. The statistic-linguistic method of the χ^2 -test was employed to determine the lexical-semantic classes (LSCs) of adjoining lexemes associated with the name of the concept that are predominantly used in publicistic discourse and thus establish the most relevant areas of expression of the concept in the articles of the British publicistic discourse.

On the basis of the dominant LSCs in accordance with the χ^2 criterion, domains of the expression of the concept of *LANGUAGE* were identified. Fourteen domains („linguistic features of language”, „purity of speech”, „origin and territorial functioning of language”, „the existence of language and attitude to it”, „people as native speakers”, „education / science”, „communication / emphatics in relation to language”, „political and military spheres”, „modern technologies”, „religion”, „social spheres (Economics, Law, Sports)”, „art / mass media”, „time”, „body language”) were determined. The broadest domain is the domain of „linguistic features of language”, which contains eight lexical-semantic classes. Such domains as „body language”, „the origin and territorial functioning of the language”, „purity of speech”, „people as native speakers”, „social spheres (Economics, Law, Sports)”, „education / science”, „modern technologies” are quite numerous in the discourse under study, since they make up six LSCs. The least used are the domains of „art / mass media”, „time”, „religion” (only two LSCs).

Key words: concept, domain, lexical-semantic class, adjoining words to the concept name, the statistic-linguistic method.

Стаття присвячена моделюванню доменів вираження концепту LANGUAGE у британському публіцистичному дискурсі на основі показника χ^2 . Доменом називаємо когнітивну модель, яка містить сукупність ознак, які розкриваються при сполучуваності імені концепту із супровідними словами. Для визначення доменів вираження досліджуваного концепту проаналізовано супровідні лексеми (іменники, дієслова, прикметники) в одній синтаксичній рамці разом із номінативною лексемою іменником „language”. Супровідні іменники, дієслова й прикметники до імені концепту LANGUAGE погруповано за тематичною спільністю та поділено на лексико-семантичні класи (ЛСК), що репрезентують сфери вираження концепту: іменники – сорок ЛСК, дієслова – тридцять-п'ять, прикметники – двадцять-шість. Використано лінгвостатистичний метод χ^2 -тесту для визначення тих лексико-семантичних класів супровідних до імені концепту лексем, що мають домінуючий характер уживання в публіцистичному дискурсі і таким чином установлюють найактуальніші сфери вираження концепту в текстах британського публіцистичного дискурсу.

На основі домінуючих ЛСК відповідно до показника χ^2 , змодельовано домени вираження концепту LANGUAGE. Зафіксовано чотирнадцять доменів у британському публіцистичному дискурсі („лінгвістичні ознаки мови”, „чистота мови”, „походження й територіальне функціонування мови”, „існування мови та ставлення до неї”, „люди як носії мови”, „освіта / наука”, „спілкування / емпатика по відношенню до мови”, „політична й військова діяльність”, „сучасні технології”, „релігія”, „суспільна діяльність (економіка, юриспруденція, спорт)”, „мистецтво / ЗМІ”, „час”, „парамова”). Найбільш широким доменом вважаємо домен „лінгвістичні ознаки мови”, який вміщує вісім лексико-семантичних класів. Домени „парамова”, „походження й територіальне функціонування мови”, „чистота мови”, „люди як носії мови”, „суспільна діяльність (економіка, юриспруденція, спорт)”, „освіта / наука”, „сучасні технології” є досить чисельними в досліджуваному дискурсі, оскільки складаються із шести ЛСК. До найменш наповнених доменів відносимо: домен „мистецтво / ЗМІ”, домен „час”, домен „релігія” (два ЛСК).

Ключові слова: концепт, домен, лексико-семантичний клас, супровідні слова, лінгвостатистичний метод.

Вступ. Концепт LANGUAGE, актуалізований у сучасному британському публіцистичному дискурсі, є цілісною ментальною одиницею, в структурі якого відображена конфігурація його культурно значущих когнітивних ознак, що відбивають досвід використання мови суб'єктами мовлення крізь призму універсальних і культурно специфічних знань про мову. Зміст вербалізованого концепту LANGUAGE розкривається через домени його вираження у даному дискурсі.

Оскільки концепт є базовою одиницею когнітивної лінгвістики, основною одиницею представлення знань, то ряд праць провідних вітчизняних і закордонних лінгвістів (С. Г. Воркачов, В. І. Карасик, О. С. Кубрякова, В. А. Маслова, М. М. Полюжин, А. М. Приходько, Г. Г. Слишкін, О. О. Селіванова, та ін.) присвячена дослідженням концепту та когнітивним його моделям (Р. Ленекер і Дж. Лакофф, У. Крофт і А. Круз, Н. Г. Єсипенко, С. А. Жаботинська, А. П. Мартинюк). *Актуальність нашого дослідження* полягає у потребі детального аналізу і вивчення когнітивних моделей (доменів) концепту LANGUAGE, відповідає науковим інтересам до проблеми вивчення сфер актуалізації концепту. Залучення публіцистичного дискурсу до широкого лінгвокультурного контексту та використання лінгвостатистичних методів аналізу вербалізованого у ньому концепту відкриває новий ракурс вивчення

актуалізації концепту в культурно маркованому контексті. *Наукова новизна* визначається встановленням сфер вираження концепту LANGUAGE в британському публіцистичному дискурсі з використанням χ^2 -тесту.

Метою статті є моделювати домени вираження втіленого у текстовому просторі концепту LANGUAGE. *Основними завданнями* є: пояснити поняття концепту і домену у когнітивній лінгвістиці, провести частиномовну класифікацію супровідних лексем імені концепту LANGUAGE та їх поділ на лексико-семантичні класи (далі ЛСК); сформулювати домени вираження концепту LANGUAGE на основі лінгвостатистичних методів у британському публіцистичному дискурсі, а саме критерію χ^2 .

Методи дослідження. У нашій статті ми використовуємо методик у концептуального аналізу, що містить лінгвокультурний, когнітивно-дискурсний і лінгвостатистичний підходи. Когнітивно-дискурсний виявляє особливості актуалізації концепту LANGUAGE в публіцистичному дискурсі; лінгвокультурний підхід уможлиблює встановлення культурних ознак концепту в британській спільноті; лінгвостатистичний підхід оперує точними даними про частотні характеристики лексем-вербалізаторів концепту і доменів його вираження.

Результати та обговорення. Концепт є когнітивною категорією, поєднанням культурно значущих онтологічних, аксіологічних, модальних, функціональних характеристик, одиницею когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології. Він притаманний ментальній сфері людини і концентрує визначені знання й емоції. Концепт – це ментальне утворення, що містить образи та поняття. Згідно з твердженням М. В. Нікітіна, складники значеннєвої структури концепту мають концептуальні зв'язки (*Нікітін, 2009, с. 67*), що є подібними до зв'язків між поняттями.

Вербальні засоби вираження концепту і їх сполучні характеристики формують концептуальну структуру концепту. Ім'я концепту разом із супровідними словами утворює домен вираження концепту. У нашому дослідженні ми опираємося на працю американського лінгвіста Р. Ленекера. Він доводить, що домени (когнітивні моделі) надають інформацію та формують знання про мову (*Langacker, 1991*). Домен містить сукупність ознак, які розкриваються при сполучуваності імені концепту із супровідними словами (*Єсипенко, 2012*). До супровідних слів А. Я. Шайкевич відносить слова, що часто зустрічаються в текстовому фрагменті в найближчому оточенні номінативної лексеми концепту і пов'язані одне з одним за змістом (*Мунтян, 2016, с. 244*).

Лексеми відіграють номінативну роль у вербалізації концепту. Для виокремлення лексико-семантичних класів супровідних слів до імені концепту LANGUAGE, ми визначили супровідні іменники, дієслова, прикметники до лексеми імені концепту проаналізованих фрагментів британського публіцистичного дискурсу. Ми класифікували лексеми-вербалізатори концепту в синтаксичній рамці одного речення за тематичною спільністю в лексико-семантичні класи, що репрезентують сфери вираження концепту (домени). Лексико-семантичний клас є сукупністю супровідних до імені концепту мовних одиниць, які розкривають одну спільну для них тему (*Ковалюк, 2019, с. 22*).

На основі тематичного групування супровідних іменників до імені концепту LANGUAGE, ми поділили їх на 40 лексико-семантичних класів: назва мови: *English, Latin*; країна / національність: *England, Sweden*; професія / рід занять носіїв мови: *politician, professor*; сім'я / родина носіїв мови: *mother, brother*; час / вік: *month, day*; мова / мовна структура: *language, lingo*; економічна діяльність / робота: *job, economy*; державна сфера: *campaign, candidate*; навчання / освітня діяльність: *teaching, training*; наука / наукова діяльність: *term, notion*; відносини / ставлення: *attitude, treatment*; документи: *constitution, bill*; сфера вживання мови: *culture, art*; установа / місце використання мови: *office, organization*; емоційна сфера: *feeling, emotion*; артефакти / продукти діяльності: *thing, photograph*; подія / випадок: *conference, event*; міра / розмір: *number, majority*; тваринний / рослинний світ: *animal, plant*; мас-медіа / мистецтво: *broadcasting, performance*; мова тіла / частини тіла: *body, gesture*; ментальна сфера: *thought, knowledge*; мовленнєва діяльність: *talk, conversation*; батьківщина / нація: *nation, population*; люди / група людей: *people, group*; релігійна сфера: *religion, prayer*; абстрактні поняття: *love, happiness*; техніка / комп'ютер: *cyberspace, software*; транспорт / рух: *way, movement*; їжа / напої: *cuisine, breakfast*; медична діяльність / фізіологічний стан людини: *surgery, disease*; спорт / гра: *championship, game*; пуризм: *purism, purity*; юридична сфера: *crime, justice*; продуктивна / деструктивна діяльність: *development, increase, damage*; мова знаків / звуки: *sign, signal*; мовна політика: *impact, barrier*; боротьба / військова діяльність: *assault, attack*; предмети одягу: *jacket, lingerie*; перебування / існування: *presence, existence*.

Ми виокремили 35 лексико-семантичних класів дієслів до імені концепту LANGUAGE, а саме: спілкування: *to speak, to talk*; відносини / ставлення: *to treat, to protect*; модальність: *should, would*; фізіологічна / фізична діяльність: *to make, to do*; ментальні дії: *to think, to suggest*; володіння / втрата: *to possess, to own*; придбання / збагачення: *to bring, to take*; рух: *to come, to move*; емоційний стан: *to feel, to hope*; перебування / існування: *to be, to exist*; пошук: *to find, to search*; зміна стану: *to stop, to begin*; розвиток, виникнення / створення: *to emerge, to construct*; здійснення навчальної / освітньої політики: *to educate, to examine*; наукова діяльність: *to define, to investigate*; дії мас-медіа: *to broadcast, to film*; юридична діяльність: *to judge, to sentence*; медична діяльність: *to deteriorate, to check*; дії тварини / рослини: *to trap, to ape*; боротьба / напад: *to attack, to fight*; здійснення мовної політики: *to influence, to isolate*; функціонування техніки / комп'ютерів: *to decode, to install*; економічна / фінансова діяльність: *to cost, to pay*; спортивна активність: *to play, to win*; контроль / влада: *to control, to monitor*; деструктивна діяльність: *to destroy, to collapse*; утілення мови тіла: *to decipher, to mimic*; звучання: *to sound, to neigh*; релігійна діяльність: *to vow, to gather*; військова діяльність: *to war, to conquer*; вимірювання: *to measure, to shorten*; очищення мови: *to purify, to polish*; здійснення державної політики: *to vote, to commit*; розташування: *to arrange*; структурування: *to consist, to include*.

Базуючись на фактичному вживанні супровідних атрибутивних лексем до імені концепту LANGUAGE в британському публіцистичному дискурсі поділяємо їх на 26 лексико-семантичних класів: опис емоційного стану: *happy, angry*; позитивна оцінка: *great, good*; негативна оцінка: *bad, awful*; опис (ознака)

мови: *common, compulsory*; опис часових характеристик: *annual, current*; опис вікових характеристик: *old, young*; опис дії, виконаної над об'єктом: *re-structured, separated*; опис освітньої / наукової сфери: *academic, educational*; указівка назви / виду мови: *Latin, Korean*; указівка країни / національності: *British, European*; опис поведінки (рис характеру), ставлення / стосунків: *aggressive, fierce*; опис простору (місця) / розташування: *far, rural*; опис фізичного / фізіологічного стану об'єктів: *alive, dead*; опис кількості / розміру: *double, few*; опис мовленнєвої діяльності: *conversational, communicative*; опис державної сфери: *official, political*; опис зовнішності / параметрів: *huge, high*; опис мови тіла / мови звуків: *facial, non-verbal*; опис ментальної сфери: *aware, capable*; опис кольору: *blue, colored*; опис релігійної сфери: *sectarian, divine*; опис пуризму: *clear, pure*; опис руху: *quick, hectic*; опис нації / батьківщини: *national, demographic*; опис процесуальності: *growing, evolving*; опис техніки.

За допомогою лінгвостатистичних прийомів (χ^2 -тест) визначається міра інтенсивності сполучення двох слів у тексті – на рівні семантичної сполучуваності („слово + підклас слів”) (Левицький, 2004). Когнітивно-семантичний або асоціативний зв'язок супровідних слів існує при їх повторюваності. Використання χ^2 -тесту уможливорює виокремлення сфер вираження концепту LANGUAGE при статистичній обробці частот уживання ЛСК супровідних слів із номінативною лексемою концепту.

Найпоширенішою формулою для обчислення χ^2 є:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E},$$

де O – фактично існуючі (емпіричні) величини; E – теоретично очікувані; знак Σ означає суму (Левицький, 2004, с. 35).

Наведемо приклад розрахунку χ^2 -тесту для перших одинадцяти ЛСК іменників, супровідних до імені концепту в Таблиці 1:

Таблиця 1

Величини χ^2 для ЛСК іменників

ЛСК	Linguistic Anthropology	Plain English	The Daily Mail	The Daily Telegraph	The Guardian	The Metro	The Mirror	The Sunday Times	The Times	The TLS
1. Назва мови				4,75		4,47	38,98			
2. Країна / національність		15,65		8,94						
3. Професія / рід занять носіїв мови								19,98		
4. Час / вік							12,43			
5. Мова / мовна структура					4,72					
6. Економічна діяльність / робота			11,74							4,01

7. Державна сфера			33,05							
8. Навчання / освітня діяльність	12,57		6,29				7,51			
9. Наука / наукова діяльність										22,05
10. Відносини / ставлення			4,39							

Перевищення показника χ^2 вказує на перевагу емпіричного вживання певного ЛСК над теоретично очікуваним. Цим виокремлюємо селективність уживання того чи іншого ЛСК супровідних іменників, тобто важливість ЛСК для вербалізації концепту LANGUAGE. Як видно з Таблиці 1, для перших одинадцяти ЛСК іменників величина χ^2 проявилася тричі для ЛСК „навчання / освітня діяльність”, а також для ЛСК „назва мови”, що підтверджує вибірковість цієї сфери вираження поняття мови, яка безпосередньо стосується її назви й освітньої сфери вживання мови. ЛСК постають своєрідними структурними елементами цілісних доменів, що вербалізуються в дискурсі. Для об'єднання ЛСК в домен їм має бути притаманна тематична спільність.

На основі отриманих селективних ЛСК супровідних іменників, дієслів та прикметників у десяти британських публіцистичних виданнях моделюємо сфери вираження концепту. Окрема сфера (домен) містить тематичні спільні ЛСК здебільшого трьох частин мови. Нами сформовано 14 доменів вираження концепту LANGUAGE, які подаємо нижче за ступенем їх наповнення:

1. домен „лінгвістичні ознаки мови” (виражений ЛСК іменників „назва мови”, „мова / мовна структура”, „сфера вживання мови”, дієслів „зміна стану”, „володіння / втрата”, „пошук”, прикметників „вказівка назви / виду мови”, „опис процесуальності”), оскільки мова є компонентом життя людини:

„That since society is changing, it is only logical that the English language will change as well” (Plain English);

2. домен „парамова” (виражений іменниками „мова тіла / частини тіла”, „мова знаків / звуки”, дієсловами „звучання”, „медична діяльність”, прикметниками „опис мови тіла / мови звуків”, „опис фізичного / фізіологічного стану об'єктів”) вказує на вираження мови не лише вербальними, але й невербальними засобами:

„Body language was especially important to politicians because of the need to appear both dominant and likeable” (The Daily Telegraph).

3. домен „походження й територіальне функціонування мови” (ЛСК, утворені з іменників „країна / національність”, „тваринний / рослинний світ”, дієслів „розташування”, „вимірювання”, прикметників „вказівка країни / національності”, „опис простору (місця) / розташування”), що виражає прив'язаність мови до певної території, де вона виникла чи нею розмовляють:

„Berber is most prominent in rural areas, and is considered the informal language of the home and of the street” (Plain English);

4. домен „чистота мови” (ЛСК з іменників „пуризм”, „мовна політика”, дієслів „очищення мови”, „здійснення мовної політики”, і прикметників „опис

пуризму”, „негативна оцінка”), що вказує на актуальність збереження незасміченої форми мови:

„Urged native speakers to ‚give up’ their claims to be guardians of the purest form of the language” (The Guardian);

5. домен „існування мови та ставлення до неї” (лексико-семантичні класи іменників „перебування / існування”, „відносини / ставлення”, і дієслів „перебування / існування”, „відносини / ставлення”) виражає релевантність існування мови в різних галузях і сферах, поєднує вираження ставлення до мови, і мову як інструмент вираження ставлення до чогось:

„In this marginalized state, many endangered languages continue to exist in specialized ‚culture” realms” (Linguistic Anthropology);

6. домен „люди як носії мови” (ЛСК з іменників „професія / рід занять носіїв мови”, „люди / група людей”, „їжа / напої”, „предмети одягу”, прикметників „опис зовнішності / параметрів”, „опис нації / батьківщини”), це акцентує на важливості носіїв мови, що її вживають і використовують зокрема в рамках своєї професії:

„English is the global language understood and spoken by 25 per cent of people on the planet” (The Metro);

7. домен „суспільна діяльність (економіка, юриспруденція, спорт)” (сформований на основі ЛСК іменників „юридична сфера”, „економічна діяльність / робота”, „спорт / гра”, дієслів „юридична діяльність”, „економічна / фінансова діяльність”, „рух”), що вказує на важливу роль мови для ведення судових процесів, у торговельній діяльності, а також на коректне її вживання під час проведення спортивних змагань, ігор:

„The language used in law is changing” (Plain English);

8. домен „освіта / наука” (ЛСК з іменників „навчання / освітня діяльність”, „наука / наукова діяльність”, „ментальна сфера”, дієслів „здійснення навчальної / освітньої політики”, прикметників „опис освітньої / наукової сфери”, прикметників „опис ментальної сфери”), підкреслює неперервний зв’язок мови з когнітивною діяльністю й підтверджує актуальність та невід’ємність мови в цих сферах:

„The residential course comes amid major changes to language teaching, with all primary schools now required to teach a foreign language to pupils between the ages of seven and 11” (The Daily Mail);

9. домен „спілкування / емпатика по відношенню до мови” (виражений ЛСК з іменників „мовленнєва діяльність”, „емоційна сфера”, дієслів „спілкування”, „емоційний стан”), що наголошує на важливості мови в процесі розмови та знаходженні взаєморозуміння:

„He loves the language but, as a writer, it does not belong to him” (Plain English);

10. домен „політична й військова діяльність” (ЛСК з іменників „державна сфера”, „боротьба / військова діяльність”, дієслів „військова діяльність”, прикметників „опис державної сфери”), що наголошує на необхідності мови для ведення переговорів, встановлення дипломатичних відносин, зокрема вирішення військових конфліктів:

„The politics of language is destroying the language of politics” (The Times);

11. домен „сучасні технології” (ЛСК з іменників „техніка / комп’ютер”, „артефакти / продукти діяльності”, „продуктивна / деструктивна діяльність”),

дієслів „функціонування техніки / комп'ютерів”, „придбання / збагачення” та прикметників „опис техніки”), де мова набуває професійного забарвлення:

„*Experts in Cobol computer language, first developed in the 1950s coming out of retirement as banks grapple with legislation*” (*The Daily Telegraph*);

12. домен „мистецтво / ЗМІ” (ЛСК з іменників „мас-медіа / мистецтво” та дієслів „дії мас-медіа”) акцентує на релевантності мови в медійній сфері:

„*They found that English language song lyrics are less positive than Russian literature, but cheerier than Korean film subtitles*” (*The Daily Telegraph*);

13. домен „час” (сформований на основі ЛСК іменників „час / вік”, прикметників „опис часових характеристик”) описує існування й еволюцію мови в часовому вимірі :

„*While building the basics of a conlang can take as little as a month or two, a really good language takes at least a few years*” (*The Daily Mail*);

14. домен „релігія” (складають ЛСК з іменників „релігійна сфера”, прикметників „опис релігійної сфери”), що вказує на використання мови у веденні богослужінь, релігійних обрядів, молитов:

„*Catholic church's English language liturgy changes today to unify translation of Mass around the world*” (*The TLS*).

Отже, найбільш широким доменом із 8 лексико-семантичних класів є домен „лінгвістичні ознаки мови”. Домени „парамова”, „походження й територіальне функціонування мови”, „чистота мови”, „люди як носії мови”, „суспільна діяльність (економіка, юриспруденція, спорт)”, „освіта / наука”, „сучасні технології” складаються із 6 ЛСК і є досить чисельними в досліджуваних дискурсах. Домени „існування мови та ставлення до неї”, „спілкування / емпатика по відношенню до мови”, „політична й військова діяльність” містять 4 ЛСК. До найменш наповнюваних доменів відносимо: домен „мистецтво / ЗМІ”, домен „час”, домен „релігія” (2 ЛСК).

Висновки. Отже, концепт LANGUAGE презентує універсальне явище, що має культурно марковані особливості актуалізації в британській лінгвокультурі. Знання про концепт LANGUAGE структуровані у вигляді доменів вираження вербалізованого концепту в публіцистичному дискурсі. Для визначення доменів вираження досліджуваного концепту ми проаналізували супровідні лексеми (іменники, дієслова, прикметники) в одній синтаксичній рамці разом із номінативною лексемою іменником „language”. Супровідні іменники, дієслова й прикметники до імені концепту LANGUAGE поділено на ЛСК: іменники – 40 ЛСК, дієслова – 35, прикметники – 26. Для достовірнішого аналізу частотності вживання ЛСК використано лінгвостатистичний метод χ^2 -тест. При виявленні χ^2 для певного ЛСК в британському дискурсі констатуємо культурні особливості у втіленні концепту в публіцистичному дискурсі британської лінгвокультури, які свідчать про вагомість мови і мовленнєвої діяльності як невід'ємного компоненту життя і спілкування. Робиться акцент на прив'язаності мови до певної території, де вона виникла чи нею розмовляють, а також на вираженні мови не лише вербальними, але й невербальними засобами. Для британців мова тісно переплітається з освітою й наукою; вона є інструментом ефективної політичної, економічної, спортивної й військової діяльності. Збереження

незасміченої форми мови постає одним з актуальних питань, яке активно обговорюється в британській публіцистиці. Релевантність існування мови в різних галузях і сферах підкреслює важливість носіїв мови, що її вживають і використовують зокрема в рамках своєї професії. Сучасні технології, де мова набуває професійного забарвлення є також важливою складовою життя сучасних британців. Вживання мови у богослужіннях, релігійних обрядах та в медійній сфері відносимо до найменш значущих сфер її використання у публіцистичному дискурсі. Подальші перспективи вбачаємо у висвітленні особливостей функціонування концепту LANGUAGE у різних типах дискурсу.

Список літератури

Єсипенко Н. Г. Базові англосаксонські лінгвокультурні концепти: когнітивний і квантитативний підходи (на матеріалі англосаксонської прози XVIII–XX століть) : дис. ... д-ра філол. наук : спец. 10.02.04. Чернівці, 2012. 457 с.

Ковалюк М. В. Лексико-семантичні класи прикметників-вербалізаторів концепту LANGUAGE в американському публіцистичному дискурсі. *Науковий вісник Чернівецького університету* : збірник наукових праць. Чернівці : Видавничий дім „РОДОВІД”, 2019. Вип. 810 : Германська філологія. С. 18–27.

Левицький В. В. Квантитативні методи в лінгвістиці. Черновці : Рута, 2004. 190 с.

Мунтян Л. В. Вербальне вираження концепту globalisation в мас-медійному дискурсі. *Наукові записки Національного університету „Острозька академія”*. Серія : Філологічна. 2016. Вип. 62. С. 243–245.

Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения. [2-е изд.]. М. : Книжный дом „ЛИБРИКОМ”, 2009. 168 с.

Langacker R. W. *Concept, Image and Symbol : the Cognitive Basis of Grammar*. Berlin : Mouton de Gruyter, 1991. 395 p.

Linguistic Anthropology. URL: <http://linguisticanthropology.org/>.

Plain English. URL: <http://www.plainenglish.co.uk/>.

The Daily Mail. URL: <http://www.dailymail.co.uk/home/index.html/>.

The Daily Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/>.

The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/uk/>.

The Metro. URL: <http://metro.co.uk/>.

The Times. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>.

TLS (The Times Literary Supplement). URL: <http://www.the-tls.co.uk/tls/>.

References

Yesypenko, N. H. (2012). *Bazovi anhlosaksonski linhvokulturni kontsepty: kohhnytyvnyi i kvantytyatyvnyi pidkhody (na materialy anhlovovnoi prozy XVIII–XX stolit)* [Basic Anglo-Saxon linguistic and cultural concepts: cognitive and quantitative approaches (based on English prose of the XVIII-XX centuries)] : dys. ... d-ra filol. nauk : spets. 10.02.04. Chernivtsi.

Kovaliuk, M. V. (2019). *Leksyko-semantychni klasy prykmetnykiv-verbalizatoriv kontseptu LANGUAGE v amerykanskomu publitsystychnomu dyskursi* [The lexical-semantic classes of adjectives verbalizing the concept of LANGUAGE in American publicistic discourse]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu : zbirnyk naukovykh prats*. Chernivtsi: Vydavnychiy dim „RODOVID”. Vyp. 810 : Hermanska filolohiia, 18–27.

Levitskiy, V. V. (2004). *Kvantitativnye metody v lingvistike* [Quantitative methods in Linguistics]. Chernovtsy : Ruta.

Muntian, L. V. (2016). *Verbalne vyrazhennia kontseptu globalisation v mas-mediinomu dyskursi* [Verbal expression of concept globalisation in mass media discourse]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu „Ostrozka akademiia”*. Serii: Filolohichna. Vyp. 62, 243–245.

Nikitin, M. V. (2009). *Osnovy lingvisticheskoy teorii znacheniya* [Fundamentals of linguistic theory of meaning]. [2-e izd.]. M.: Knizhnyy dom „LIBRIKOM”.

Langacker, R. W. (1991). *Concept, Image and Symbol : the Cognitive Basis of Grammar*. Berlin : Mouton de Gruyter.

Linguistic Anthropology. URL: <http://linguisticanthropology.org/>.

Plain English. URL: <http://www.plainenglish.co.uk/>.

The Daily Mail. URL: <http://www.dailymail.co.uk/home/index.html/>.
The Daily Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/>.
The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/uk/>.
The Metro. URL: <http://metro.co.uk/>.
The Times. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>.
TLS (The Times Literary Supplement). URL: <http://www.the-tls.co.uk/tls/>.

УДК811.11'372

**CONCEPTSYSTEM OF MODERN ENGLISH TOURISM
ADVERTISING DISCOURSE
КОНЦЕПТОСИСТЕМА СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО
ТУРИСТИЧНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ**

Тетяна КОЛІСНИЧЕНКО, Тетяна КОРОПАТНІЦЬКА
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

t.kolisnichenko@chnu.edu.ua, t.koropatnicka@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0001-5312-0522, ORCID ID 0000-0002-8076-075X

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.114-123>

The present research focuses on analysis of the tourism advertising discourse as an independent institutional type of discourse. The correlation of visual and textual means in tourism advertising discourse appeals to recipient's positive emotions that allows the addresser to control post-communicative actions of the addressee. The topicality of the research lies in the necessity to present the discursive framework of the modern English tourism advertising discourse. The end-goal is to define main components of the cognitive domain of the English speakers as a structural framework of knowledge and ideas concerning tourism and advertising spheres and present them as a cognitive map.

The goal can be achieved through the tasks aimed at defining and analysis of the typical and statistically significant correlations between autochthons that form the framework of the discourse and at cognitive mapping of the modern English tourism advertising discourse. The method of introspection helps to identify the national mentality peculiarities and reveal the discursive-significant implicit meaning and in our research, it is used to detect the main autochthons correlations (subordination, following-up, causing and exception). Cognitive mapping of the modern English tourism advertising discourse where autochthons and correlations between them are graphically fixed helps to specify the peculiarities of the cognitive mechanism of the analyzed discourse. The cognitive mechanism is characterized by a sound framework with situational awareness, discursive strategy and chronotope features. The interconnections presented in the cognitive map delineate the typical images of the English speakers about the advertised destination in the tourism sphere that are modelled in the consciousness as the components of the concept sphere of the modern English tourism advertising discourse.

Key words: discourse, tourism advertising discourse, cognitive map, concept, autochthon, interconcept correlation, introspection, domain.

У фокусі дослідження знаходиться туристичний рекламний дискурс, що потрактовується як самостійний інституційний вид дискурсу, в якому поєднання візуальних та текстових засобів спрямоване на апелювання до позитивних емоційних факторів реципієнтів з кінцевою метою контролю та коригування посткомунікативних дій адресата, необхідних та вигідних адресантові. Актуальність дослідження визначається необхідністю представлення дискурсотвірного каркасу сучасного англомовного туристичного рекламного дискурсу. Мета дослідження полягає у спробі виокремити основні елементи колективного когнітивного

простору англомовної спільноти як структурованої сукупності знань та уявлень у туристично-рекламній сфері та представити їх у когнітивній карті.

Поставлена мета вимагає реалізації низки завдань, спрямованих на визначення та аналіз характерних і, головне, статистично-значимих міжавтохтонних (міжконцептуальних) зв'язків, які формують каркас дискурсу, та побудову когнітивної карти сучасного англомовного туристичного рекламного дискурсу. Визначення характеру зв'язку в основних автохтонних кореляціях (субординації, слідування, причинності та виключення) здійснювалось на основі методу інтроспекції, який дозволяє виявити особливості національної ментальності, розкриваючи навіть дискурсивно-значимі імпліцитні смисли. Побудова когнітивної карти сучасного англомовного туристичного рекламного дискурсу, що графічно фіксує встановлені автохтони та міжавтохтонні конфігурації, уточнює специфіку когнітивного механізму досліджуваного дискурсу, що характеризується особливою стійкою каркасною структурою з ситуативною окресленістю, дискурсною стратегічністю та хронотопними характеристиками. Викладені у ній залежності презентують типові уявлення сучасних англомовних споживачів про рекламу певного об'єкту в туристичній сфері, змодельовані в пам'яті як об'єкти концептопростору туристичного рекламного дискурсу.

Ключові слова: дискурс, туристичний рекламний дискурс, когнітивна карта, концепт, автохтон, міжконцептуальні кореляції, інтроспекція, домен.

Вступ. В умовах інтенсивного розвитку туристичної індустрії туристичний рекламний дискурс, що постає симбіозом рекламного та туристичного дискурсів, в якому мисленнєво-мовленна взаємодія адресата та адресанта програмує та формує туристичний досвід (потенційних) туристів, міцно закріпив свою позицію у низці об'єктів лінгвістичних досліджень (див. *Куликова, 2008; Мартинюк, 2009; Олянич, 2011; Cook, 2001; Desmarais, 2007; Ling, 2008; Razusova, 2009; Hosney, 2011; Hallett & Kaplan-Weinger, 2011; Francesconi 2014*), що й спричинює актуальність пропонованого дослідження.

Попри усвідомлення когнітивно-діяльнiсної природи дискурсу загалом та туристичного зокрема, а також намагання віднайти фактори формування позитивно-маркованого образу туристичного об'єкту у свідомості потенційних туристів, більшість цих досліджень, на жаль, не можуть відзначитись чітким формуванням множини об'єктів концептопростору, виокремлених шляхом застосування об'єктивної методики, а тому наша *мета* полягає у спробі встановити основні елементи колективного когнітивного англомовного простору як певним чином структурованої сукупності знань та уявлень дискурсної спільноти у туристичній сфері – концепти-автохтони сучасного англомовного туристичного рекламного дискурсу та усталені зв'язки між ними, а також відобразити їх у вигляді когнітивної карти, застосувавши методіку, що дозволила б об'єктивно встановити дискурсотвірний каркас – концептосистему досліджуваної дискурсивної практики.

Отже, *об'єктом* дослідження виступає сучасний англомовний туристичний рекламний дискурс (САТРД), а поставлена мета вимагає реалізації низки *завдань*: 1) визначити пари автохтонів САТРД, що зустрічаються у тематично-завершених та прагматично-об'єднаних текстових уривках; 2) залучаючи метод інтроспекції, проаналізувати встановлені пари на підставі логіко-семантичних інференцій та визначити їх тип; 3) статистично верифікувати всі пари та визначити основні, які формують каркас САТРД і

регулярно відтворюються в ньому у вигляді міжавтохтонних кореляцій; 4) представити когнітивну карту САТРД як узагальнене уявлення члена англomовної етноспільноти про англomовну рекламну туристичну сферу.

Сучасне вивчення туристичного рекламного дискурсу відбувається, насамперед, у кількох напрямках: *семіотичному* – з висвітленням проблеми лексикалізації образів (Погодаєва, 2008; Кондакова, 2015; Устименко, 2016), *прагмалінгвістичному* – з аналізом типів рекламних повідомлень (Krugman, 1969; Petty, Cacioppo & Schumann, 1983; Assael, 1992; Batra, Myers & Aaker, 1995; Chauduri & Buck, 1995), з позиції *аргументацій та рекламних стратегій адресантів* (Kim, Hwang, Fesenmaier, 2005; Люшкіна, 2015; Старигіна, 2013), з позиції *інтерпретації тексту реципієнтами* (Silberman & Klock, 1986; Siegel & Ziff-Levine, 1990; Woodside, 1990; Квят, 2009; Філатова, 2014), з ракурсу використання *сугестивних технік* (Burke & Gitelson, 1990; Messmer & Johnson, 1993; McWilliams & Crompton, 1997; Woodside & Dubelaar, 2003).

Одразу зазначимо, що, попри множину підходів (описаних, наприклад, у (Мартинюк, 2011)), визначаємо свою позицію щодо такого популярного, поліформатного, а, відтак, і різноманітно інтерпретованого поняття як дискурс у межах діяльнісного підходу, методологічного принципу функціоналізму й антропоцентричного принципу розгляду мови та загалом трактуємо *туристичний рекламний дискурс* як самостійний інституційний вид дискурсу, зосереджений на орієнтуванні у множині туристичних об'єктів, в якому візуальні та текстові засоби спрямовані на апелювання до позитивних емоційних факторів реципієнтів з метою контролю та коригування посткомунікативних дій адресата, необхідних та вигідних адресантові.

Простір є основною реалією, що сприймається людиною, а тому лінгвокогнітивні дослідження активізували інтерес до особливостей функціонування взаємопов'язаних специфічних просторів-сфер буття (економічного, психологічного, культурного, туристичного тощо), що формуються навколо людини і комплексно впливають на неї. Найбільш визнана у сучасній лінгвістиці типологія просторів Ю. Є. Прохорова містить, окрім інших, і концептуальний простір – сукупність історично сформованих базових структурних елементів організації людського буття, що закраплені в наборі семіотичних сфер, іменовані в наборі семантичних сфер і забезпечують існування людини в реальному просторі (Прохоров, 2005, с. 74-94). Оскільки фрактально-ієрархічні відносини між концептуальними системами можуть уявлятися крізь призму універсальної категорії простору (Колесник, 2011), логічно припустити, що просторова організація певної моделі світу, суголосної з типом дискурсу, оптимально поєднуючи як сутнісні характеристики об'єктів, так і мовні, когнітивні й національні особливості суб'єктів, є формою існування відповідної інформації (Осовська, 2014). У такому контексті концептуальним простором дискурсу певного типу є сукупність усіх актуалізованих у ньому ментальних одиниць, якими володіють усі індивідууми (в нашому випадку члени сучасної англomовної дискурсної спільноти), у розмаїтті їхніх когнітивно-семантичних і лінгвокультурних властивостей, каркас якого створює базове ядро

знань та уявлень, на основі якого конструюється ментальне уявлення про певну сферу буття (в нашому випадку туристичну рекламу) – концептосистема.

Викладене дає підстави стверджувати, що типові уявлення членів англосмовної спільноти про рекламу туристичного об'єкту в туристичній сфері змодельовані в пам'яті як об'єкти концептопростору САТРД, основою якого є специфічна конфігурація його автохтонів – концептосистема САТРД, встановлення елементів якої і є метою цього дослідження.

Усвідомлення нерівнозначності концептів у дискурсі (попри наявність базового (метахтону) та дериватних /аллохтонних (Осовська, 2014; Приходько, 2013) обґрунтовує доцільність зосередження на генеративних (автохтонних (*там само*)), що формують каркас та регулярно відтворюються в його межах, створюючи мінімальний контекст та визначаючи інтерпретацію інших ментальних одиниць, актуалізованих у САТРД. Саме вони були встановлені шляхом синтезу концептуального аналізу, прийомів корпусної лінгвістики і кількісного аналізу, а саме: а) базуючись на уявленні, що «значення мовного виразу відповідає концепту, який його позначає» (Clausner & Croft, 1999, с. 2), було здійснено інвентаризацію текстів (матеріалом дослідження слугували тексти 178 рекламних брошур та туристичних путівників Великобританії за 2017-2020 роки, загальним обсягом 1245878 слововживань, отримані з різних інтернет-джерел) та зафіксовані об'єктиватори всіх концептів (іменники, дієслова та прикметники); б) зафіксовані об'єктиватори були згруповані у семантичні області (домени), далі були визначені кількісно найрепрезентованіші з них, оскільки лише повторюваність тих чи інших вербалізаторів може свідчити про певну актуальність і закономірність; в) було визначено презентованість певних концептів у виокремлених доменах, що дозволило надати статус автохтонів САТРД певним концептам з інших полів і, в такий спосіб, об'єктивно встановити основні складові і смислові домінанти, категоріальні одиниці основи його концептосистеми. Згідно з результатами проведеного аналізу нами зафіксовано основні етноспецифічні дискурсотвірні для САТРД домени, через апелювання до яких сучасний англійськомовний адресант створює когнітивний образ туристичного об'єкту у свідомості: *destination, activity, travel, comfort, time, culture, dining, residence, architecture, money, transport, shopping, safety, people*. Основними автохтонами, які формують дискурсотвірний каркас САТРД, виявились: ACTIVITY; ARCHITECTURE; ACCOMODATION; ACTIVITY; APARTMENT; ARCHITECTURE; AREA; ATTRACTION; BEVERAGE; BUDGET; BUILDING; BUSINESS; CHILD; CHILDREN; COMFORT; CULTURE; DELIGHT; DESIGN; DESTINATION; DINING; DISTANCE; EDUCATION; ENJOYMENT; ENTERTAINMENT; EVENT; EXHIBITION; FAME; FAMILY; FOOD; FUN; HEALTH; HISTORY; HOLIDAY; INTEREST; JOURNEY; LAND; LOCALS; LUXURY; MONEY; MUSEUM; PEOPLE; PLACE; PLEASURE; PRICE; RESIDENCE; RESTAURANT; ROAD; SAFETY; SATISFACTION; SERVICE; SETTLEMENT; SHOPPING; TIME; TOUR; TOURISM; TRADITION; TRANSPORT; TRAVEL; TRIP; VEHICLE; VISIT; VISITOR.

Методи дослідження. Виконання поставлених завдань потребує кількох етапів дослідження. Перший етап передбачає виокремлення кореляцій між

автохтонами у САТРД. Для цього методом суцільного вибирання нами проаналізовані 2715 тематично-завершених та прагматично-об'єднаних текстових уривків довжиною, як правило, не більше трьох речень. Загалом у САТРД зафіксовано 288 повторюваних автохтонних кореляцій.

Наступним етапом є визначення характеру міжавтохтонних конфігурацій із залученням методу інтроспекції, який дозволяє дослідити та зрозуміти мовну здатність носія мови та виявити особливості національної ментальності (див. *Чейф, 2008; Smaragdakis, Kastrinis & Balatsouras, 2014; Тимофеева, 2015*), оскільки категоризація імпліцитних смислів дає змогу виявити дискурсивно-значимі смисли досліджуваних явищ.

Не зосереджуючись на всіх «за» та «проти» інтроспекції, яку, з одного боку, вважають виключно суб'єктивним методом та пропонують не залучати до лінгвістичних досліджень (*Willems, 2012*), а, з другого, розглядають як вияв додаткових фактів та аргументів для дослідження мовних явищ (*Talmy, 2006; Diuk et al., 2012*), переконані, що інтроспекція слугує не стільки для занурення у власну свідомість та власне розуміння, скільки для розуміння «зовнішнього» світу та ментальності. Метою інтроспективного аналізу є визначення набору неаналізованих елементів та встановлення ментальних закономірностей на основі виокремлених наборів елементів (*Wilson, 2013, с. 264*). Інтроспективний аналіз є необхідним для фіксації «ментальних сетів» та виокремлення в результаті «ментальної національної матриці». Саме тому, не відкидаючи значимості інтроспективного аналізу у дослідженні закономірностей дискурсу, пропонуємо взяти його до уваги в процесі інтерпретації тематично об'єднаних і прагматично завершених висловлень та секвенцій.

Зафіксовані у САТРД групи автохтонних кореляцій декодуємо на підставі логіко-семантичних інференцій – «...когнітивних операцій отримання інтроспективного, інтуїтивного феноменологічного вивідного знання у ході інтерпретації висловлення, і результат таких операцій – вивідне знання інтерпретатора» (*Мартинюк, 2012, с. 27*). Отже, на другому етапі при інтерпретації дискурсу залучаємо методи асоціацій та інтерпретацій, які варіюються у дискурсі (*там само, с. 28*).

На третьому етапі встановлюємо статистично значущі міжавтохтонні кореляції, які формують каркас САТРД, шляхом застосування розрахунку за квантилями, як однієї з числових характеристик випадкових величин, що застосовуються у математичній статистиці з метою виокремлення в межах ряду певної частини його компонентів (*Руденко, 2012, с. 51*) за допомогою функції «КВАРТИЛЬ.ИСКЛ» в Excel: $Q_p = (1 - (x - i) \cdot A_i + (x - i) \cdot A_{(i+1)})$, де Q_p – квантиль; x – індекс квантиля; i – індекс елемента з вибірки; $A_1, A_2 \dots A_i$ – елементи вибірки, які ранжуються за зростанням значення. З метою розрахунку індексу квантиля використовують формулу: $x = (n - 1)p$, де n – кількість елементів у діапазоні. У вказаний спосіб виокремлюємо статистично значущі та сталі пари автохтонів для САТРД, які формують «каркас» САТРД.

Четвертий етап спрямований на репрезентацію встановленого «каркасу» САТРД у вигляді когнітивної карти – схематично-спрощеної загальної картини концептуального простору дискурсу певної етнічної групи (*Толмен, 1948;*

Приходько 2013; Жаботинська, 2012, Осовська 2014) та інтерпретацію встановлених залежностей у вигляді пресупозицій – комплексу попередніх знань про комунікативну ситуацію (Strawson 1963; Арутюнова, 1973; Фреге, 1977; Grundy, 2000; Селіванова 2006).

Результати та обговорення. Здійснений за описаною методикою аналіз САТРД дозволяє встановити наступне.

У САТРД зафіксовані 288 повторюваних автохтонних кореляцій, матриця яких обмежується основними чотирма типами відношень – включення, причинності, каузації та взаємовиключення, які умовно позначаємо схемами: «X є (включає) Y», «Y слідує за X», «X спричинює Y» та «X виключає Y» (Осовська 2014; Приходько 2013), як наприклад:

(1) «X є (включає) Y»: *We also offer a range of great value holiday accommodation perfect for family breaks or those travelling on a budget.*

(2) «Y слідує за X»: *Great pleasure can be derived from walking around the shopping areas of Gentlemen's Walk.*

(3) «X спричинює Y»: *We carefully craft each of our trips to leave you free to live in the moment and enjoy your holiday without a worry in the world.*

(4) «X виключає Y»: *... the youngsters can hang out and have fun away from parents.*

Оскільки нам треба встановити лише значущі для САТРД зв'язки, беремо до уваги лише ті з них, чий довірчий інтервал перевищує перший кuartиль. На основі визначеного мінімуму кількості слововживань, які становлять довірчий мінімум, виокремлюємо та статистично верифікуємо 66 корелятивну пару автохтонів. Здійснивши підрахунки, виокремлюємо три типи концептуальних зв'язків у САТРД: сильні (9,3%), середні (31,7%) та слабкі (59%). Перші дві можемо очевидно вважати дискурсотвірними, а тому слабкі концептуальні зв'язки не будуть нами братись до уваги.

Сильні концептуальні зв'язки формують 15 корелятивних пар автохтонів:

(1) VISIT є (включає) PLACE (1,73%); (2) PLEASURE є (включає) SETTLEMENT (1,50%); DINING (1,11%); (3) SERVICE є (включає) FOOD (1,47%); (4) COMFORT є (включає) APARTMENT (1,32%); (5) TIME спричинює TRADITION (1,32%); (6) LOCALS є (включає) PLACE (1,16%); (7) TOUR є (включає) DESTINATION (1,14%); (8) ACTIVITY є (включає) PLACE (1,11%); SETTLEMENT (1,03%); (9) JOURNEY є (включає) SETTLEMENT (1,10%); (10) ENTERTAINMENT є (включає) EVENT (1,07%); SETTLEMENT (1,01%); (11) SETTLEMENT є (включає) TIME (1,05%); (12) DESTINATION є (включає) ACTIVITY (1,04%).

Середні концептуальні зв'язки формують 51 корелятивна пара автохтонів:

(1) APARTMENT є (включає) SETTLEMENT (0,63%); (2) AREA є (включає) PLACE (0,76%); COMFORT (0,53%); (3) BUDGET є (включає) ACCOMODATION (0,74%); (4) BUILDING є (включає) TOUR (0,67%); (5) DESIGN є (включає) PLACE (0,53%); (6) DESTINATION є (включає) ENTERTAINMENT (0,84%); (7) DINING є (включає) SETTLEMENT (0,57%); ENJOYMENT (0,64%); (8) ENTERTAINMENT є (включає) PLACE (0,86%); PEOPLE (0,79%); (9) EVENT є (включає) PEOPLE (0,84%); ENTERTAINMENT

(0,72%); (10) EXHIBITION є (включає) TIME (0,90%); EVENT (0,86%); (11) FAME є (включає) PLACE (0,90%); (12) FAMILY спричиняє ENTERTAINMENT (0,62%); (13) FOOD є (включає) CULTURE (0,56%); (14) FUN є (включає) PLACE (0,55%); (15) HEALTH є (включає) DESTINATION (0,57%); (16) HISTORY є (включає) SETTLEMENT (0,59%); (17) HOLIDAY є (включає) DESTINATION (0,56%); PEOPLE (0,52%); (18) JOURNEY є (включає) DESTINATION (0,93%); (19) LAND є (включає) HISTORY (0,86%); (20) LUXURY є (включає) APARTMENT (0,58%); (21) PEOPLE є (включає) ENJOYMENT (0,72%); (22) PLACE є (включає) SETTLEMENT (0,78%); (23) PLEASURE слідує за ACTIVITY (0,50%); (24) RESIDENCE є (включає) PEOPLE (0,62%); TIME (0,58%); (25) RESTAURANT є (включає) FOOD (0,79%); SETTLEMENT (0,75%); (26) ROAD є (включає) SETTLEMENT (0,90%); (27) SATISFACTION слідує за DESTINATION (0,91%); FOOD (0,88%); APARTMENT (0,80%); (28) SERVICE є (включає) TRANSPORT (0,64%); (29) SETTLEMENT є (включає) INTEREST (0,59%); слідує за PEOPLE (0,55%); (30) TIME є (включає) SETTLEMENT (0,74%); (31) TOUR є (включає) TIME (0,94%); ENTERTAINMENT (0,78%); TRANSPORT (0,61%); (32) TRADITION є (включає) SETTLEMENT (0,72%); (33) TRANSPORT є (включає) SETTLEMENT (0,84%); (34) VEHICLE є (включає) EXHIBITION (0,72%); (35) VISIT є (включає) DESTINATION (0,96%); BUDGET (0,63%); TIME (0,58%); (36) VISITOR є (включає) TOUR (0,67%).

Аналіз автохтонних єдностей із врахуванням дискурсних актуалізацій концептів дав змогу сформуванню певної концептуальної гамми автохтонних єдностей, зафіксованих у САТРД. Зафіксованими у найближчих дискурсивних контекстах виявились наступні зв'язки:

I. субординативні:

а) зареєстровані на тлі гіперо-гіпонімічних відношень у домені: TRAVEL є «розваги» (*To make the day even more memorable, visit the adventure play area which is free of charge or have a picnic in the picnic area*), «бюджет» (*Fares vary depending on which of London's six travel 'zones' you travel through*), «місце призначення» (*gardens and all the other attractions that make Kent such a marvellous place to visit*) DESTINATION є «відпустка» (*Newcastle is the perfect destination for a weekend getaway*), «культура» (*The combination of art and science, creativity, imagination and invention, show that Bath, as a city, offers an excellent visitor destination*), «комфорт» (*Derry is an important commercial centre for the surrounding area, with something to suit every taste and every pocket, all within a small and accessible downtown*) тощо;

б) виокремлені на тлі інтро-доменної концептуальної кореляції: HOLIDAY є ACTIVITY (*Create a bespoke motorcycle holiday which includes bike hire, travel*); RESTAURANT є FOOD (*Traditional family pub and restaurant serving fresh quality food and value for money meals in a comfortable and relaxing atmosphere*) тощо;

в) зафіксовані на тлі міждоменної концептуальної кореляції: ENTERTAINMENT є PEOPLE (*Bath is the unique evening entertainment that appeals to everyone*); ACTIVITY є DESTINATION (*London is a diverse, exciting city filled with the world's best sights, attractions and activities*); PLEASURE є HOLIDAY (*There's plenty to keep families occupied here, particularly during the school*

holidays – and you can always enjoy simple pleasures in the gardens such as picnics and kite-flying); PEOPLE є ACTIVITY (It is an opportunity for people to explore areas of the county they may never have previously visited and enjoy a great family day out this summer) тощо.

II. слідування: CHANGE → MOVEMENT (*Structural change, especially in rural society, preceded the enclosure movement and the voyages of discovery*); SATISFACTION → FOOD (*Our mission is to achieve customer satisfaction by providing consistently fresh, innovative, healthy foods using the finest ingredients*).

III. причинності: COMFORT => JOURNEY (*You will then be invited to continue your journey of the senses in the beautiful Moroccan lounge...*); SATISFACTION => APARTMENT (*The apartments have spectacular sea views and are delightfully furnished to the highest standards*); ENTERTAINMENT => EVENT (*A bursting programme of entertainment is found across the showground*).

IV. виключення: FUN виключає FAMILY (*the teen clubhouse Ozone in the buzzing Sani Marina is for the youngsters to relax without parents*).

Зафіксовані автохтонні єдності та кореляційні відношення формують домінантні ментальні пресупозиційні структури. Найпродуктивнішими автохтонами САТРД виявились DESTINATION; ENJOYMENT; TOURISM; TRAVEL; VISIT, які у свідомості представника англomовної спільноти формують різнотипні кореляції.

Виокремлені значущі кореляції представимо у вигляді когнітивної карти САТРД, що є своєрідним «ключем» до розкриття та розуміння особливостей концептуальних структур інтеріоризованих у свідомості представників англomовної спільноти (див. Рис. 1).

Встановлені кореляції засвідчують, що базовими пресупозиціями англomовного споживача туристичних послуг є такі: туризм викликає задоволення; туризм потребує і вимагає комфорту; туризм – це і сімейний відпочинок, і розвага для одного; у туризмі питання бюджету відіграє істотну роль; туризм можливий при наявності безпеки; туризм викликає, як правило, позитивно-марковані відчуття та асоціюються з відпусткою, канікулами, святом, приємними враженнями та емоціями. Сучасній англomовній туристичній сфері притаманне усвідомлення: подорожі як зміни оточення та розширення знань про ті чи інші країни; туризму як відпочинку та розширення кругозору; туристичного об'єкту як чинника для культурного та економічного розвитку міста/країни; туристичного об'єкту як пам'ятки; розваг як одного з найважливіших чинників психологічної стабільності; задоволення як процесу і результату насолоди життям; архітектури як туристичного аттрактора; комфорту як однієї з найважливіших вимог до перевізників та готелів та одного з критеріїв при виборі туристичного об'єкту, туристичної агенції, оператора тощо; місцевого населення, як одного з критеріїв судження про туристичний об'єкт, про культуру народу; людей як бізнес-компаньйонів або колег по відпочинку; людей як представників місцевої культури та хранителів традицій; сімейного відпочинку та розваг як необхідної складової подорожі; їжі як символу туристичного об'єкту, як туристичного аттрактора та основного компоненту розвитку гастрономічного туризму; транспортних можливостей як елементу враження про

туристичний об'єкт; бюджету як одного з найважливіших факторів при виборі туристичного об'єкту; безпеки як одного з вирішальних критеріїв при виборі туристичного об'єкту.

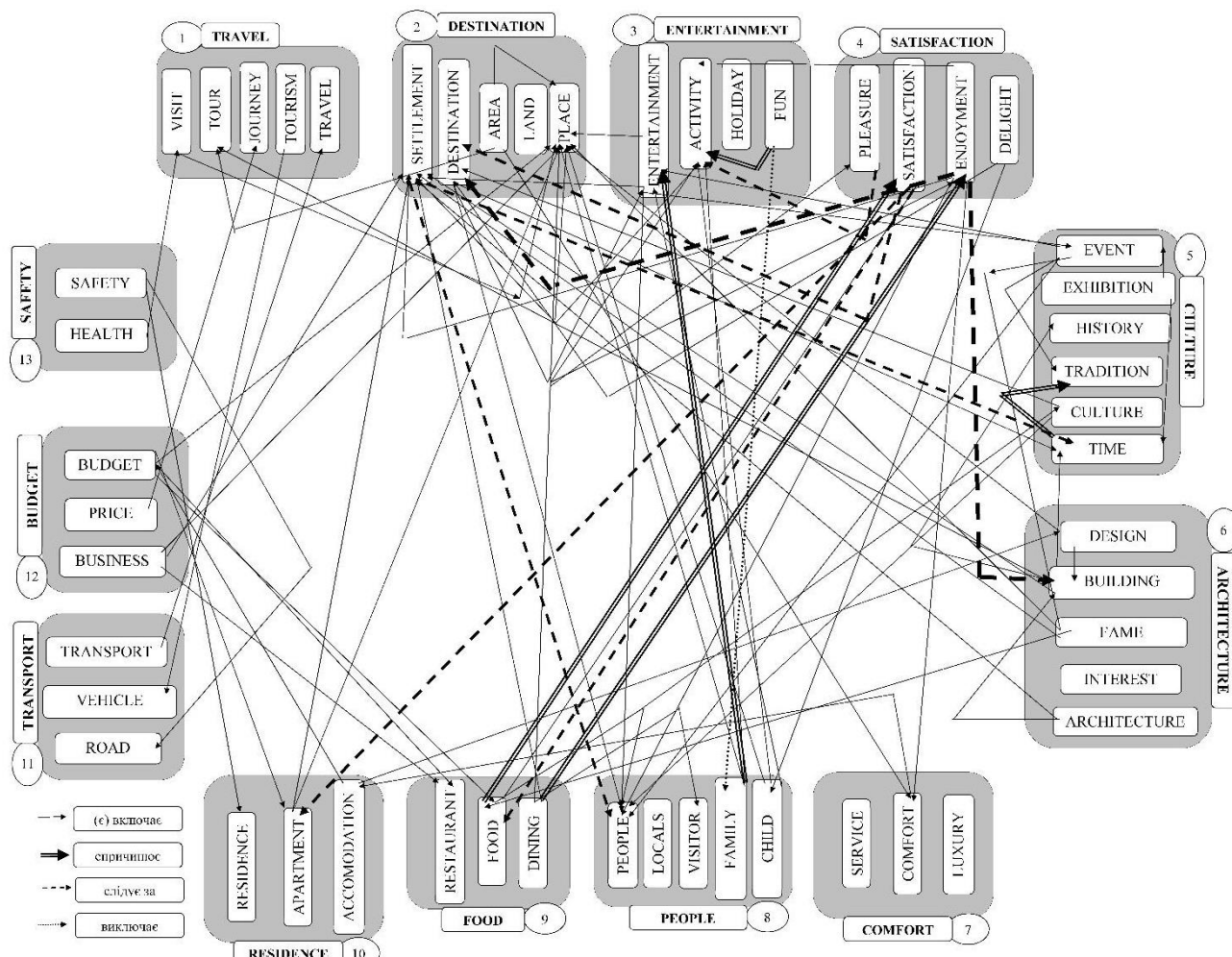


Рис. 1 Когнітивна карта САТРД

Висновки. Концептосистема – унікальний ментальний каркас САТРД, схематично відтворений у його когнітивній карті, базується на автохтонних єдностях, виокремлених на основі врахування дискурсної актуалізації концептів.

Когнітивна карта САТРД представлена 62 автохтонами та 161 міжконцептуальним зв'язком (з них 39,8% субординативних зв'язків, 27,6% слідування, 23,4% причинності, 9,2% виключення). Таке представлення каркасу САТРД дозволяє репрезентувати основні знання та уявлення, які інтеріоризуються у свідомості представників англomовної спільноти в даному буттєвому сегменті. Вони окреслені специфічними знаннями про туризм як явище, що викликає позитивні емоції та пов'язане з комфортом, витратами та подорожуванням, яке розширює кругозір, збагачує знання людини та дозволяє відпочити від буденності шляхом участі у розвагах та отримання задоволення; туристичного об'єкту, що усвідомлюється як квінтесенція транспортного та готельного комфорту і безпеки.

Перспективним вважається дослідження концептосистеми САТРД у порівняльному міжкультурному форматі.

Список літератури

- Колесник О. С. Міфологічний простір крізь призму мови та культури : монографія. Чернігів : РВВ ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка, 2011. 312 с.
- Осовська І. М. Сучасний німецькомовний сімейний дискурс: ментальний і вербальний ресурс : монографія. Чернівці : РОДОВІД, 2014. 401 с.
- Приходько А. Н. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск : Белая Е. А., 2013. 307 с.
- Прохоров Ю. Е. К проблеме «концепта» и «концептосферы». Язык, сознание, коммуникация. М. : МАКС Пресс, 2005. № 30. С. 74–94.
- Руденко В. М. Математична статистика. К. : Центр учбової літератури, 2012. 304 с.
- Clausner T. C., Croft W. Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 1999. Vol. 9, № 2. P. 1–31.
- Diuk C. G., Slezak D. F., Raskovsky I., Sigman M., Cecchi G. A. A quantitative philology of introspection. *Frontiers in integrative neuroscience*. 2012. Vol. 80. No. 6. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3449397/>. DOI: <https://doi.org/10.3389/fnint.2012.00080>.
- Talmy L. Foreword. *Methods in cognitive linguistics*. Amsterdam: John Benjamins, 2006. Pp. xi–xxi.
- Willems K. Intuition, introspection and observation in linguistic inquiry. *Language sciences*. 2012. Vol. 34. No. 6. Pp. 665–681. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2012.04.008>.
- Wilson F. Body, Mind and Self in Hume's Critical Realism. Walter de Gruyter, 2013. 512 p. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110327076>.

References

- Kolesnyk, O. S. (2011). *Mifologichniy prostir kriz pryзму movy i kultury: monographiia* [Mythological space through the prism of language and culture]. Chernigov: CHNPU.
- Osovska, I. M. (2013). *Suchasnyi nimetskomovnyi simeinyi dyskurs: mentalnyi i verbalnyi resurs* [Modern German Family Discourse: mental and verbal resources]. Chernivtsi: Rodovid.
- Pryhodko, A. M. (2013) *Konzepty i konzeptosistemy* [Concepts and conceptual systems]. Dnepropetrovsk: Belaia E.A.
- Prohorov, Y. E. (2005). *K probleme "kontseptu" i "konzeptosheru"* [To the question of "concept" and "conceptshere"]. *Yazyk, soznanie, komunikatsiia*. M.: MAKS Press, 74–94.
- Rudenko, V. M. (2012). *Matematychna statystyka* [Mathematic Statistics]. K.: Tsentri uchbovoi literatury..
- Clausner, T. C., Croft, W. (1999). Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. Vol. 9. № 2, 1–31.
- Diuk, C. G., Slezak, D. F., Raskovsky, I., Sigman, M., Cecchi, G. A. (2012). A quantitative philology of introspection. *Frontiers in integrative neuroscience*. Vol. 80. No. 6. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3449397/> DOI: <https://doi.org/10.3389/fnint.2012.00080/>.
- Talmy, L. (2006). Foreword. *Methods in cognitive linguistics*. Amsterdam: John Benjamins, xi–xxi.
- Willems, K. (2012). Intuition, introspection and observation in linguistic inquiry. *Language sciences*. Vol. 34. No. 6, 665–681. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2012.04.008/>.
- Wilson, F. (2013). *Body, Mind and Self in Hume's Critical Realism*. Walter de Gruyter. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110327076>.

УДК 811.112.2'42:316.776.23]25=161.2

TRANSLATION SPECIFICS OF MANIPULATIVE INFLUENCE IN GERMAN-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАСОБІВ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ

Антоніна КОРОЛЬ, Вікторія ВОЛОЩУК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

a.korol@chnu.edu.ua, voloshchuk.viktoriiia.ya@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-1576-0120, ORCID ID 0000-0002-3076-3979

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.123-135>

The paper presents the analysis of linguistic means of manipulative influence in the modern German-speaking discourse. Nowadays, the media remains an important and no less influential part of a society. Mass media is the main source of human consciousness formation and public opinion correction. The topic of the thesis is the peculiarities of the translation of means of manipulative influence in modern German-language media discourse. The object of scientific research is the media discourse of modern German-speaking media. The relevance of the study is determined by the need to identify and study the mechanisms of verbal influence in media discourse, as manipulation in discourse is one of the current problems of the modern linguistics. To reach the goal, the paper considers the functional direction of media discourse, highlights the linguistic specifics of manipulation tactics, and determines the basic methods of translation of means of manipulative influence. The subject of the research is a comparative analysis of the application of translation strategies and methods of translation of means of manipulative influence. Various methods were used in the research: analysis, synthesis, induction, deduction, pragmatic, discursive analysis, critical discourse analysis, comparison, descriptive method, classification analysis, comparative analysis of source text and translation, as well as contrastive translation analysis. The materials of the research are news reports from the website of the Embassy of the Federal Republic of Germany in Ukraine, the Embassy of Ukraine in the Federal Republic of Germany, the news site Deutsche Welle in German and Ukrainian. The scientific novelty of the obtained results is to highlight the features of modern German-speaking media discourse, the typology of translation transformations for the transmission of verbal means of manipulative influence in German-language texts and their practical application in translation studies. The study is based on the tactics of manipulation. The verbal plane is represented by a number of linguistic means implementing the tactics. Tactics of manipulation presuppose the use of the technique of appealing to expert opinion, dramatization of the situation with the help of numbers and emotionally-colored vocabulary, imposition of positive and negative facts in the message, as well as use of euphemisms. In our work, we presented definitions, identified the main features and the functions of media discourse and did the comprehensive analysis of the content, structure and lexical-syntactic content, as well as the transfer of these characteristics in translation.

Key words: media discourse, manipulative influence, translation strategies and techniques, equivalence, translation transformations.

Стаття присвячена дослідженню особливостей перекладу українською мовою засобів маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі. Об'єктом дослідження обрано публіцистичний медіа-дискурс, матеріали якого поширені в інформаційних веб-джерелах. Серед завдань – проаналізувати мовно-стилістичні засоби маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі за розробленою методикою та визначити основні стратегії і прийоми перекладу засобів маніпуляції українською мовою. В процесі проведення дослідження застосовувалися різні методи: аналіз, синтез, індукція, дедукція, прагматичний, дискурсивний аналіз, критичний дискурс-аналіз, зіставлення, описовий метод, класифікаційний аналіз, порівняльний аналіз вихідного тексту та перекладу, а також контрастивно-перекладацький аналіз. Матеріалом дослідження обрано новинні повідомлення з сайту Посольства Федеративної Республіки Німеччина в Україні, Посольства України у Федеративній Республіці Німеччина, сайт новин Deutsche Welle німецькою та українською мовами (загальний обсяг вибірки – 200 медіа-текстів). Домінуючими новинними медіа-текстами у вибірці стали повідомлення, присвячені темі пандемії коронавірусу COVID-19, що і досі є актуальною та обговорюваною в усьому світі. У ході пошуку ілюстративного матеріалу для наукової розвідки обрано критерії, за якими здійснювалася вибірка (змістове наповнення, мета повідомлення, структурні особливості). За допомогою аналізу такого типу проаналізовано структуру медіа-текстів за її комунікативними функціями. Крім того, розроблено схему контрастивно-перекладацького аналізу медіа-текстів маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі. На основі проведеного дослідження зроблено висновок, що не існує конкретного алгоритму чи встановленого зразку перекладу засобів маніпулятивного впливу. Аналіз репрезентантів

маніпулятивного впливу, що проводився на трьох рівнях, дозволив установити: 1) на граматико-синтаксичному рівні характерними засобами маніпуляції є синтаксичні та граматичні повтори, використання модальних дієслів, риторичних, метакомунікативних, сугестивних запитань; 2) засобами маніпулятивного впливу на лексико-семантичному рівні постають метафори, епітети, гіпербола, позитивно чи негативно конотативні слова, лексичні повтори, наростаюча градація (клімакс) з метою посилення емоційності повідомлення; 3) маніпуляції на фонографічному рівні здійснюються переважно за допомогою зміни розміру, кольору шрифту, тобто виключно у невербальній площині. Основними критеріями при перекладі засобів маніпулятивного впливу в медіа-дискурсі виступають функціональна відповідність та передача змісту. Перекладачі застосовують ряд перекладацьких трансформацій у комплексі. У випадках, де у реченнях вплив досягається за допомогою художніх образів, зокрема метафор, серед формальних трансформацій найбільш поширеною є еквівалентний переклад. У процесі контрастивно-перекладацького аналізу зафіксовано такі лексичні трансформації як додавання, конкретизація; серед граматичних трансформацій засобів маніпулятивного впливу – опущення та заміни. З огляду на функціональну відповідність, текст перекладу має містити передачу не тільки змістового навантаження усіх елементів медіа-тексту, але і правильне відтворення їхніх функцій. Перед перекладачем постає завдання пошуку таких виразних засобів, які би мали рівноцінне семантичне та стилістичне навантаження в оригіналі. Проаналізувавши переклади маніпулятивних засобів у німецькомовному медіа-дискурсі українською, можемо констатувати, що передача цільових функцій відтворюються в повному обсязі.

Ключові слова: медіа-дискурс, маніпулятивний вплив, стратегії і прийоми перекладу, еквівалентність, перекладацькі трансформації.

Вступ. Інтенсивний розвиток міжмовних контактів разом із процесами глобалізації, геополітичними змінами та проблемами міжнаціонального спілкування зумовлюють актуальність проведення мовознавчих досліджень, які спрямовані на вивчення інструментів вербального впливу в медіа-дискурсі, оскільки маніпуляція в дискурсі належить до перманентно актуальних проблем сучасної лінгвістики. Мас-медіа вважають основним джерелом формування масової свідомості та корегування суспільної думки.

На сьогоднішній день засоби масової інформації залишаються важливою та впливовою ланкою суспільного життя. Саме вони значною мірою зумовили третю технічну революцію – інформаційну. Медіа-дискурс належить до найпоширенішого типу дискурсу, який проникає у всі типи інституціональної та повсякденної комунікації. Цей термін тлумачимо за М. Желтухіною (2004, с. 132) як "зв'язний вербальний або невербальний, усний чи письмовий текст разом із прагматичними, психологічними, соціокультурними факторами, що виражений за допомогою медіа-засобів".

Проблематикою структури медіа-дискурсу, його типологією та методами дослідження займалися такі лінгвісти, психолінгвісти, теоретики мас-медіа, як А. Белл, С. Бернштейн, Т. А. Ван Дейк, Дж. Гербнер, Т. Добросклонська, В. Костомарова, І. Лисакова, М. Монтгомері, Г. Солганик, С. Тресков, Р. Фаулер, Н. Фейерклаф.

В Україні ці питання висвітлені в працях Ф. Бацевича (2004), Є. Коваленко, Н. Лютянської (2017), О. Свінціцької (2014), О. Поліщук (2019) та ін. Однак відмінні характеристики медійного дискурсу, зокрема, тактика маніпулювання, потребують подальшого з'ясування.

Метою нашої наукової розвідки є аналіз застосування перекладацьких стратегій та методів перекладу засобів маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі. *Об'єктом* дослідження ми обрали публіцистичний медіа-дискурс, матеріали якого поширені у інформаційних веб-джерелах. Серед *завдань* – проаналізувати мовно-стилістичні засоби маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі за розробленою схемою; визначити основні стратегії та прийоми перекладу засобів маніпуляції.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є загальнонауковий принцип антропоцентризму, згідно з яким фігурантом в усіх напрямках діяльності людини стає суб'єктний чинник.

На першому, аналітико-критичному етапі ми здійснили огляд наукових праць, зважаючи на галузеву спрямованість, проаналізували поняття медіа-дискурс, зокрема його поліаспектність у визначенні та дослідженні шляхом застосування загальнонаукових методів *аналізу, синтезу, дедукції, індукції, конкретизації, зіставлення*. Використання *дискурсивного аналізу* уможливило дослідження взаємозв'язків між мовним кодом та рядом чинників, таких як культурний, когнітивний, психологічний тощо. Разом з тим, ми з'ясували, що комунікативна варіативність у перекладі дискурсивних маркерів зумовлена двома факторами – мовним та ситуаційним. Другий фактор дозволяє перекладачам виділяти в ньому різноманітні наміри мовця та відтворювати їх у перекладі за допомогою різних способів.

Другий етап, тактико-стратегічний, зумовив використання парадигматичних методів – *зіставлення, описового та класифікаційного аналізу*. Згідно з іллокутивною метою, потребами та інтенціями адресата, ми виокремили тактику впливу на цільову аудиторію та виявили вербальні засоби, за допомогою яких вона реалізується. Аби з'ясувати комунікативні інтенції, а саме розглянути закономірності учасників медіа-дискурсу у комунікативній діяльності, їхні зв'язки, комунікативну ситуацію та сам контекст, використано *прагматичний аналіз*. *Функціонально-стилістичний аналіз* дозволив нам визначити, яку роль відіграють лексичні, граматичні та стилістичні засоби у розгортанні тактики маніпулювання у межах досліджуваного медіа-дискурсу.

На третьому етапі основним став *порівняльний аналіз перекладу*, який уможливив з'ясування способів подолання труднощів в процесі перекладу, зважаючи на специфіку вихідної та цільової мов. Не менш суттєвим став і *контрастивно-перекладацький аналіз*, що є основним методом зіставлення тексту оригіналу та тексту перекладу. У такий спосіб, усі перелічені методологічні підходи сприяли комплексному аналізу об'єкта нашого дослідження.

Результати та обговорення.

1. Матеріал дослідження, критерії відбору та схема аналізу медіа-текстів. У дослідженні ми обрали для аналізу письмовий публіцистичний медіа-дискурс, матеріали якого поширені в інформаційних веб-джерелах. До основних джерел, якими ми послуговувались для пошуку інформації, аби зробити вибірку, належать веб-сайти Посольства Федеративної Республіки Німеччина в Україні, Посольства України у Федеративній Республіці Німеччина, а також періодичне

веб-видання Deutsche Welle, які виконують апелятивну, референційну функції та надають актуальний матеріал німецькою та українською мовами.

Важливим фактором у ході пошуку ілюстративного матеріалу для наукової розвідки, а саме медіа-текстів, де реалізується тактика маніпулювання, були відібрані критерії, за якими здійснювалася вибірка: 1) актуальність новин, тобто відповідність даному часовому етапу, адже тема дослідження зумовлює аналіз саме в сучасному німецькомовному медіа-дискурсі, а також нас цікавила актуальна тематика та актуальні методи її передачі у процесі перекладу; 2) наявність перекладу, що стало чи не ключовим у відборі, адже основним об'єктом наукового дослідження є саме аналіз перекладу мовних засобів маніпулятивного впливу, їхніх особливостей та проблем; 3) відповідність рисам медіа-дискурсу, а саме груповій кореляції, коли автор поділяє погляди своєї групи; гласності, де орієнтація зосереджена на масового адресата; орієнтації на розряд, коли створюється конфлікт з наступним його обговоренням; постановочній та масовій орієнтації, де вплив здійснюється на кілька груп одночасно; 4) функціональне спрямування, а саме відображення двох основних функцій: інформаційної (референційної) та маніпулятивної (апелятивної).

Наступним етапом нашого дослідження було випрацювання загальної схеми аналізу відбраного ілюстративного матеріалу. Ми виділили такі три, на нашу думку, основні моменти: 1) змістове наповнення повідомлення (хто є адресатом та на кого зорієнтоване мовлення, тобто хто виступає адресантом); 2) мета повідомлення (яку функцію виконує текст, нас цікавили як основні – інформативна та апелятивна, так і другорядні – фатична, експресивна); 3) структурні особливості (лексико-синтаксичне наповнення повідомлення).

2. *Аналіз змісту, структури та лексико-синтаксичної наповненості медіа-текстів.* Новинні медіа-тексти, присвячені COVID-19, були домінуючими в нашій вибірці, адже тема пандемії коронавірусу є досі актуальною та обговорюваною в усьому світі.

Розглянемо до прикладу статтю з сайту Deutsche Welle CORONA-IMPfstoff LAUT BIONTECH UND PFIZER ZU 90 PROZENT WIRKSAM:

Die erste Zwischenanalyse einer Phase-3-Studie zeigt eine hohe Wirksamkeit und keine schwerwiegenden Nebenwirkungen bei dem Impfstoff-Kandidaten. Eine Impfstoff-Zulassung soll bereits kommende Woche beantragt werden. Zwar liegen noch keine Primärdaten vor und es hat auch noch keine Überprüfung durch eine Peer-Review-Publikation gegeben, aber diese Pressemitteilung des Mainzer Impfstoff-Herstellers Biontech und Pfizer macht Hoffnung: Ihr Impfstoffkandidat BNT162b2 erwies sich in der ersten Zwischenanalyse als mehr als 90 Prozent wirksam im Schutz vor COVID-19-Erkrankung und es wurden auch keine schwerwiegenden Nebenwirkungen beobachtet. Gesammelt wurden die Daten von einem externen, unabhängigen Data Monitoring Committee (DMC) im Rahmen der laufenden Phase-3-Studie, an der bislang insgesamt 43.538 Probanden in verschiedenen Ländern teilnahmen. Die eine Hälfte bekam den mRNA-Impfstoff, die andere Hälfte erhielt ein Placebo. Das DMC habe "keine ernsthaften Sicherheitsbedenken" gemeldet und empfehle, dass die Studie wie geplant mit der Erhebung zusätzlicher Sicherheits- und Wirksamkeitsdaten fortgeführt wird. Für die dritte Novemberwoche ist bereits die

Einreichung eines Antrags zur Notfallzulassung (Emergency Use Authorization - EUA) bei der US-amerikanischen Arzneimittelbehörde FDA (Food and Drug Administration) geplant. Die Hoffnung auf einen baldigen Corona-Impfstoff sorgte auch an den Aktienmärkten für ein Kursfeuerwerk: Der deutsche Aktienindex Dax stieg plötzlich um mehr als 600 Punkte, die Aktie des Mainzer Unternehmens Biontech legte um mehr als 26 Prozent zu. Zwar handelt es sich erst um eine Zwischenanalyse, aber Biontech und Pfizer sind damit die weltweit ersten Unternehmen, die erfolgreiche Daten aus der für eine Zulassung entscheidenden Studie mit einem Corona-Impfstoff vorgelegt haben.

У процесі аналізу наведеного уривку, встановлено наступні аспекти:

1. Змістове наповнення: головною темою виступає вакцина від COVID-19. Мовець – німецьке інформаційне агентство DPA (Deutsche Presse-Agentur). Реципієнти: німецькі та українські громадяни, а також, імовірно, американська сторона.

2. Релевантними функціями виступає інформаційна – повідомлення про те, що спільно розроблена вакцина німецькою біотехнологічною компанією BioNTech і американською фармацевтичною компанією Pfizer показує високу ефективність; маніпулятивна – дієвість понад 90 відсотків та відсутність серйозних загроз (*hohe Wirksamkeit und keine schwerwiegenden Nebenwirkungen*), 43 тисяч осіб, які взяли участь у третій фазі випробування (*bislang insgesamt 43.538 Probanden in verschiedenen Ländern teilnahmen*) – всі ці послання закладають в головах думку, що вакцинуватися цілком безпечно та ще й дієво, адже провідні гіганти запевняють нас в цьому. Іншим засобом маніпуляції є взаємозалежні факти, як от, якщо вакцина така ефективна та без шкідливих побічних дій, то ціна на акції на фондовому ринку зросла в кілька разів: *Der deutsche Aktienindex Dax stieg plötzlich um mehr als 600 Punkte, die Aktie des Mainzer Unternehmens Biontech legte um mehr als 26 Prozent zu*. І відповідно до інформації, що акції ростуть, розробники спровокували думку в масах «вакцина ефективна – треба брати». Про це свідчить навіть те, що Німецька BioNTech та американська Pfizer уклали угоду з ЄС на постачання до 300 млн доз проти COVID-19, як повідомляє «Укрінформ». Та й загалом експертна думка відіграла суттєвий вплив своїми заявами.

3. Структурні особливості: текст наповнений термінологічною лексикою (*Probanden, Corona-Impfstoff, mRNA-Impfstoff, Placebo*), власними назвами (*BioNTech, Pfizer, Aktienindex Dax, Phase-3-Studie*), аббревіатурами (*DMC, FDA, EUA*). Також помітними є насиченість новини складнопідрядними інформативними неокличними реченнями, які також є двоскладними, повними, та поширеними, ускладненими уточнюючими членами речення зі зворотним порядком слів, що є характерними факторами для ділового стилю в публіцистиці.

Розглянемо ще один уривок з коментаря DONALD TRUMP IST CORONA-POSITIV – DIE WIRKLICHKEIT SCHLÄGT ZURÜCK, опублікованого на сайті Deutsche Welle:

Er trägt demonstrativ fast nie eine Maske und hat die Gefahr von COVID-19 kleingeredet. Nun ist US-Präsident Trump selbst infiziert und damit wird sein Umgang mit der Pandemie auch die Wahl bestimmen, meint Ines Pohl. Nun hat es ihn also selbst

erwischt. Monatelang hat Donald Trump die Gefahren von COVID-19 heruntergespielt, hat sich lustig gemacht über die Menschen, die sich mit Masken zu schützen versuchen, hat die potenziell tödliche Erkrankung zu einer Erfindung der Demokraten erklärt und behauptet, dass alles nicht so schlimm sei. Auch wenn so kurz nach Bekanntwerden der positiven Diagnose noch nicht abzusehen ist, ob und wie schwer der 74-Jährige erkranken wird, sind die Auswirkungen auf die politische Kampagne so kurz vor der Wahl klar: Sie sind desaströs. Alle Versuche, vom eigenen Versagen abzulenken, die Tatsache herunterzuspielen, dass es keinen einheitlichen nationalen Plan gibt, um die Menschen zu schützen, dass Gouverneure allein gelassen wurden und mittlerweile über 200.000 Amerikanerinnen und Amerikaner an dem Virus gestorben sind, sind ab sofort hinfällig. Die Wirklichkeit hat das Lügengebilde des Präsidenten zerschlagen. Es wird ihm und seinem Stab nicht mehr gelingen, Nebelkerzen zu zünden, die gewaltsamen Ausschreitungen in manchen Städten als gefährlicher darzustellen als die Tatsache, dass 1000 Amerikaner täglich an dem Virus sterben. Mit aller Macht und ohne Rücksicht auf Verluste hat Donald Trump versucht, die Wirtschaft noch vor dem Wahltag wieder einigermaßen auf Trab zu bringen. Auch dieser Plan ist mit dieser Diagnose hinfällig. Selbst die größten Corona-Leugner werden nun nicht mehr umhinkommen zuzugeben, dass das Virus hochgradig ansteckend ist - wenn es sogar den starken Mann im Weißen Haus erwischen kann. Von einer Normalisierung, auf die Trump so dringend gehofft hat, ist das Land an diesem 2. Oktober weiter entfernt denn je.

Аналіз уривка дає змогу зафіксувати такі істотні моменти:

1. Зміст: в центрі повідомлення – позитивний тест на COVID-19 у головного опонента пандемії – легітимного на час публікації коментаря президента США Дональда Трампа. Комунікативне повідомлення призначене для німецької, американської, української аудиторії. Мовець – головний шеф-редактор Deutsche Welle Інес Поль.

2. Основна мета полягає в інформуванні читачів, що вірус підступніший, і навіть вражає тих, хто заперечував факт його існування загалом. Зрозуміло, що інформативна функція переважає, проте, на нашу думку, головний акцент іде на експресивну функцію, все ж таки, адресат висловлює критичну думку щодо ставлення Дональда Трампа до чинної ситуації в світі. Президент відкрито применшував небезпеку, насміхався з носіння масок, стверджував, що вірус – це вигадка демократів. Маніпулятивний вплив ховається за оцінним судженням мовця – наслідки новини для передвиборчої кампанії катастрофічні (*Sie sind desaströs*), попри втрати президент «альтернативних фактів» спрямував всю свою політичну силу аби перезапустити економіку, та, дізнавшись про діагноз, можна забути про ці плани (*Auch dieser Plan ist mit dieser Diagnose hinfällig*). Драматизація повідомлення завдяки числам (*über 200.000 Amerikanerinnen und Amerikaner an dem Virus gestorben sind* – загальна чисельність смертності громадян США; *1000 Amerikaner täglich an dem Virus sterben* – кількість хворих, які помирають щодня).

3. Що стосується лексико-синтаксичного аналізу, то спершу, розглянемо синтаксичний рівень. Можемо виділити характерні особливості, такі як складнопідрядні речення, інформативні, двоскладні, повні, поширені, зі

зворотнім порядком слів – все це притаманно публіцистиці. З погляду на лексику тут значно цікавіше спостерігати за вживанням метафор та їх перекладом: *Die Wirklichkeit hat das Lügengebilde des Präsidenten zerschlagen* – реальність зруйнувала брехню президента (*реальність зруйнувала картковий будиночок президентської брехні*); *Nebelkerzen zu zünden* – дослівно «запалювати димову шашку» (у перекладі на Deutsche Welle – *напускати димову завісу*); *auf Trab zu bringen* – в дослівному перекладі *надати імпульс*, у статті переклад українською – *перезапустити*. Під метафоричним образом сильного чоловіка у Білому Домі (*den starken Mann im Weißen Haus*) постає Дональд Трамп. Виділимо також застосування емоційно-зabarвлених епітетів *hochgradig, desaströs*.

У такий спосіб, за встановленим зразком, а саме трьома критеріями – змістове наповнення, мета промови та структурні особливості – ми робили вибірку та загальний аналіз новинних повідомлень на матеріалі дослідження з веб-джерел, враховуючи актуальність та гостроту питань.

3. *Аналіз перекладу засобів маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі*. Основним завданням перекладача та не менш важливим, аніж в автора, є передача та збереження апелятивної функції в медіа-тексті маніпулятивного характеру. Перекладачам потрібно не тільки передати зміст, повноту повідомлення, а ще й взяти до уваги культурні або традиційно зумовлені особливості цільової мови. Можливість передачі атмосфери повідомлення, відтворення емоцій та почуттів, пробудження їх в читачів відіграє чималу роль у процесі здійснення перекладу. Задля ефективною передачею маніпулятивного впливу автор та перекладач застосовують цілий арсенал лінгвістичних та психологічних прийомів.

У розумінні К. Норд (2011, с. 117), перекладацькі проблеми – це "завдання, які мають бути вирішені при трансформації тексту оригіналу у текст перекладу, який призначений для певної цільової функції. Перекладацькі проблеми можуть виникати внаслідок різних факторів та компонентів перекладацького процесу". Таким чином, при перекладі застосовуються різноманітні трансформації, вибір яких залежить від специфіки висловлювання та задля вирішення основної функції. Німецька дослідниця виділяє такі проблеми перекладу як: проблеми, пов'язані з текстом оригіналу (індивідуальний стиль автора, гра мови), культурні або традиційно зумовлені проблеми перекладу, мовні проблеми перекладу та прагматичні проблеми перекладу. Перекладач мусить, перш за все, вірно інтерпретувати вихідний текст, а вже потім шукати засоби мови аби передати функцію вихідної інформації, його прагматику та емоційність у цільову мову.

При перекладі перекладач може посилити, послабити або адекватно передати маніпулятивний потенціал висловлювань. Заувага до процесу перекладу полягає в тому, що під час перекладу існує ризик створити подвійну маніпуляцію, тобто, з одного боку, зберегти прийоми техніки маніпулювання в оригіналі, а з іншого боку, створити нові у тексті цільовою мовою. Розглянемо детальніше способи перекладу різних засобів маніпулятивного впливу.

До найважливішої частини статті належить заголовки – це перше, з чим користувачі інтернету знайомляться через соціальні мережі, новинну стрічку або через пошукову систему. Метою заголовка є не тільки повідомлення інформації і

визначення загальної орієнтації, а й привернення уваги реципієнтів до найбільш важливої і цікавої частини повідомлення. Наприклад, у статті, опублікованій веб-джерелом Deutsche Welle під заголовком VIROLOGE STREECK ENTKRÄFTET VERSCHWÖRUNGSTHEORIEN, де основний акцент лягає на слово „*die Verschwörungstheorie*“ («*теорія змови*»), одразу приваблює читачів дізнатись, про що ж йдеться в статті та які інспірації спростовуються. Українською цей заголовок перекладено методом адаптації та лексичної заміни як: НІМЕЦЬКИЙ ВІРУСОЛОГ РОЗВІНЧУЄ МІФИ ПРО КОРОНАВІРУС. Тобто, «*теорія змови*» перекладено як «*міф*», що в принципі передає основний зміст – твердження, які не мають доказів.

Репортаж журналістки Deutsche Welle CORONA: KEINE MASKE? 150 EURO STRAFE!, починаючи із заголовку, наповнений засобами, які несуть вплив на читача. На фонографічному та граматико-синтаксичному рівні – вживання запитання та окличного речення з розділовими знаками, на лексичному – застосування розмовного скорочення слова коронавірус „*Corona*“, усе це разом несе маніпулятивний посил залякування. У цільовій мові перекладач застосував метод лексичного додавання, лексичної заміни та упущення – замість німецького штраф „*Strafe*“ вжито дієслово в наказовому способі «*плати*» – БЕЗ МАСКИ? ПЛАТИ 150 ЄВРО! ЯК У НІМЕЧЧИНІ КОНТРОЛЮЮТЬ КАРАНТИННІ ЗАХОДИ. На функціональному рівні перекладу досягнуто тієї ж емоції, що і у вихідному тексті. Передача інформативної та маніпулятивної функції досягнута поєднанням різних способів: дослівного перекладу АТ (*Keine Maske?* – ЗТ: *Без маски?*), розширення повідомлення («*Як у Німеччині контролюють карантинні заходи*»); упущення слова „*Corona*“ та лексичної заміни (іменника на дієслово).

Далі по тексті помічаємо застосування гіперболізації, яка має маніпулятивну інтенцію спонукати читачів виконувати обов’язок: „*Innerhalb von zwei Stunden haben die Kontrolleure 150 Bußgelder verhängt*“. Українською застосовано прийом адаптації, слово „*Bußgelder*“, тобто ті, на кого накладений штраф, перекладено як «*порушники*», опущення – випущено слово контролер „*Kontrolleure*“, додавання словосполучення «*на станції*» – «*За дві години контролю на станції оштрафували понад 150 порушників*».

Дональд Трамп висловився не на користь головного інфекціоніста США Ентоні Фаучі, про це йдеться у статті від Deutsche Welle MEDIEN: TRUMP NENNT FAUCI EINE "KATASTROPHE". Використовуючи у своїх висловлюваннях слова на кшталт «*бомба*» чи «*катастрофа*», які мають негативну конотацію, цим самим впливаючи на широкі маси, формуючи негативне оцінне ставлення щодо самої особистості та його дій, висловлювань: "*Wenn er im Fernsehen auftritt, gibt es immer eine Bombe, aber es gibt eine größere Bombe, wenn man ihn feuert. Der Typ ist eine Katastrophe*". Переклад цієї статті українською є реферативним, тобто передана тільки основна частина. Цей вислів перекладено таким чином, що основний посил маніпулятивної функції зберігся – "*Щоразу, коли він з'являється на телебаченні, то це завжди виявляється такою собі шкідливою бомбою. Але якщо звільнити його, то бомба виявиться ще потужнішою*", – зазначив Трамп»; «...президент США назвав "*катастрофою*" доктора Ентоні Фаучі...».

У виданні Politico президент США цілком не політкоректно застосовує двічі в своєму висловлюванні слово «*idiot*», що означає найглибшу ступінь розумової відсталості. Він заявляє, що усі втомились чути про коронавірус. „*Und Trump habe demnach vor seinen Getreuen ergänzt: "Die Leute haben es satt, Fauci und diese Idioten zu hören, all diese Idioten, die Fehler gemacht haben."*“. Українською пряма мова Дональда Трампа передана так: „*Люди втомилися від COVID. Вони кажуть: робіть що завгодно, тільки залиште нас у спокої. Люди втомилися слухати Фаучі і всіх цих ідіотів*“. Тобто фразу „*Die Leute haben es satt*“ перекладено не дослівно як «люди уже ситі цим», а застосовано прийом конкретизації «*Люди втомилися від COVID*». Також застосовано лексичне упущення „*all diese Idioten, die Fehler gemacht haben*“. Саме веб-видання Deutsche Welle застосовує іронію, називаючи працівників передвиборчого штабу Дональда Трампа – „*seinen Getreuen*“, тобто «*вірними слугами*». Але, як ми бачимо, в українському варіанті це також випущено.

Лексичні повторення також мають маніпулятивний потенціал. У статті під назвою PANDEMIE UND PARLAMENTE: HÖHLT CORONA DIE DEMOKRATIE AUS? уже з перших рядків застосовано такий засіб як повтор смислової одиниці „*immer*“ – „*Immer neue Gesetze, immer mehr Einschränkungen*“. У тексті цільовою мовою збережено функціональність шляхом застосування того ж лексичного повтору шляхом заміни: «*Нові закони, нові обмеження*».

У випадках, де у реченнях вплив досягається за допомогою художніх образів, зокрема метафор, серед формальних трансформацій найбільш поширеною є еквівалентний переклад. Так, у коментарі Міністра закордонних справ України Дмитра Кулеби: „*Der Außenminister der Ukraine besteht darauf, dass die annektierte Halbinsel ein „schwarzes Loch“ in Fragen der Einhaltung der Menschenrechte sei*“ вжито метафору „*schwarzes Loch*“, як позначення об’єкта, з якого не може вирватись назовні ані частинка, ані світло. Для передачі застосовано еквівалентний переклад: «*...анексований півострів залишається «чорною дірою», що стосується питань дотримання прав людини*». З метою посилення емоційності часто використовують градацію. Клімакс (наростаюча градація) так само налаштовує на негативний ритм: „*Seiner Meinung nach sei es zweifelhaft, den „Grad der Zufriedenheit bestimmter Menschen zu messen, wenn andere Leute entführt, verhaftet oder getötet werden*“. Еквівалентний переклад був застосований при передачі градації українською: «*На його думку, сумнівно вимірювати щастя одних в той час, коли інших в Криму викрадають, садять до в’язниці або вбивають*».

Розглянемо ще один приклад вживання метафори в інтерв’ю для німецької газети „Bild“: DAS IST EIN STACHEL IM FLEISCH“, MEINTE MAAS. У такий спосіб міністр закордонних справ Німеччини Хайко Маас характеризує війну між Росією та Україною, вказуючи, що це проблема, яка нагнітається та глибоко укорінена. Перекладач Deutsche Welle знов вдався до еквівалентного перекладу, проте, використав не український відповідник «*скалка*», а русизм «*заноза*»: «*Це як заноза в тілі – вважає Г. Маас*».

Ще одним репрезентантом виступає метафора „*am Kochen halten*“ – «*кип’ятити*». Критично-оцінне твердження про Володимира Путіна, який, за

словами скептиків у Федеральному уряді Німеччини, не зацікавлений у вирішенні «конфлікту» на Сході України: „*Er wolle den Konflikt am Kochen halten, um eine Stabilisierung der Ukraine samt EU-Beitritt zu verhindern*“ перекладено українською – «Він хоче тримати його у стані кипіння, щоб перешкодити стабілізації ситуації в Україні та її вступу до ЄС» за допомогою дослівного еквівалентного перекладу.

У цій же статті ZWISCHEN PUTIN UND DEM VIRUS, опублікованій в німецькій газеті Berliner Morgenpost застосовано метафору «*Oasen des Friedens*»: «*Bis vor Kurzem gab es im Krieg in der Ostukraine kleine Oasen des Friedens*». Взагалі, в переносному значенні слово «оазис» означає «відрадний виняток на загальному фоні», тобто в цьому слові закладено позитивну конотацію, як те, що приносить втіху, розраду. В цьому реченні ми розуміємо цю метафору як невеликі місця, де панував мир. Дослівний переклад застосовано в прикладі українською мовою: «Донедавна у війні на сході України були невеликі оазиси миру».

Висновки. Не зважаючи на різноманітність видів текстів у медіа-дискурсі, можемо підсумувати, що всі вони мають ряд спільних рис: тексти новин відображають соціальну реальність, специфічне бачення журналіста, створюються відповідно до каналу комунікації та підпорядковуються професійним критеріям.

Аналіз репрезентантів маніпулятивного впливу, що проводився нами на трьох рівнях, дозволив установити: 1) на граматико-синтаксичному рівні характерними засобами маніпуляції є синтаксичні та граматичні повтори, використання модальних дієслів, риторичних, метакомунікативних, сугестивних запитань; 2) засобами маніпулятивного впливу на лексико-семантичному рівні постають метафори, епітети, гіпербола, позитивно чи негативно конотативні слова, лексичні повтори, наростаюча градація (клімакс) з метою посилення емоційності повідомлення; 3) маніпуляції на фонографічному рівні здійснюються переважно за допомогою зміни розміру, кольору шрифту, тобто виключно у невербальній площині.

Основними критеріями при перекладі засобів маніпулятивного впливу в медіа-дискурсі виступають функціональна відповідність та передача змісту. Перекладачі застосовують ряд перекладацьких трансформацій у комплексі. У випадках, де у реченнях вплив досягається за допомогою художніх образів, зокрема метафор, серед формальних трансформацій найбільш поширеною є еквівалентний переклад. У процесі контрастивно-перекладацького аналізу зафіксовано такі лексичні трансформації як додавання, конкретизація; серед граматичних трансформацій засобів маніпулятивного впливу – опущення та заміни. З огляду на функціональну відповідність, текст перекладу має містити передачу не тільки змістового навантаження усіх елементів медіа-тексту, але і правильне відтворення їхніх функцій. Перед перекладачем постає завдання пошуку таких виразних засобів, які би мали рівноцінне семантичне та стилістичне навантаження в оригіналі.

Проаналізувавши переклади маніпулятивних засобів у німецькомовному медіа-дискурсі українською, можемо констатувати, що передача цільових функцій відтворюються в повному обсязі.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо поглиблення вивчення застосування маніпулятивних технологій у комерційній рекламі як різновиді масової комунікації на матеріалі перекладів німецькомовних рекламних слоганів, роликів, буклетів, брошур, проспектів тощо.

Список літератури

- Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Академія, 2004. 344 с.
- Голубовська І. О., Левко О. В., Поліщук А. С. Маніпулятивний дискурс як інституціональний: сучасність vs античність. *Мовознавство*, 2019, № 1. С. 9–30.
- Желтухина М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : дис. ... д-ра филол. наук. М. 2004. С. 132.
- Лютянська Н. І. Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості. *Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя*. Серія : Філологічні науки. Ніжин, 2014. Кн. 2. С. 136–141.
- Лютянська Н. І. Мовні засоби вербалізації етноцентричної інформації в англomовному мас-медійному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2017. Випуск 31. Т. 2. С. 158–160.
- Свінцицька О. І. Естетичний дискурс сучасних мас-медійних текстів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 52–56.
- Филлипс Л. Дискурс-анализ. Теория и метод. Х. : Гуманитарный Центр, 2004. 352 с.
- Nord C. Funktionsgerechtigkeit und Loyalität: Theorie, Methode und Didaktik des funktionalen Übersetzens. Frank & Timme GmbH, 2011. 331 S.

References

- Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kiev: Akademiia.
- Holubovska, I. O., Levko, O. V., Polishchuk, A. S. (2019). *Manipulyativnyi diskurs yak instytutsionalnyi: suchasnist vs antychnist* [Manipulative discourse as institutional: modernity vs antiquity]. *Movoznavstvo*, № 1, 9–30.
- Zheltukhina, M. R. (2003). *Spetsyfyka rechevoho vozdeistvyia tropov v yazyke SMY: dys. d-ra fylol. nauk* [Specificity of the speech impact of tropes in the language of the media]. Moscow.
- Liutianska, N. I. (2014). Mas-mediinyi diskurs: typolohichni ta strukturno-orhanizatsiini osoblyvosti [Mass media discourse: typological and structural-organizational features] *Naukovi zapysky Nizhynskoho derzhavnoho universytetu imeni Mykoly Hoholia*. Serii: Filolohichni nauky. Nizhyn, Kn. 2, 136–141.
- Liutianska, N. I. (2017). Movni zasoby verbalizatsii etnotsentrychnoi informatsii v anhlomovnomu mas-mediinomu diskursi [Linguistic means of verbalization of ethnocentric information in English-language mass discourse]. *Naukovi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. Filolohiia. Vypusk 31. T. 2, 158–160.
- Svintsitska, O. I. (2014). Estetychnyi diskurs suchasnykh mas-mediinykh tekstiv [Aesthetic discourse of modern mass media texts]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. T. 56, 52–56.
- Fyllyps, L. (2004). *Diskurs-analyz. Teoryia y metod* [Discourse analysis. Theory and method]. Kh.: Humanytarnij Tsentr.
- Nord, C. (2011). *Funktionsgerechtigkeit und Loyalität: Theorie, Methode und Didaktik des funktionalen Übersetzens*. Frank & Timme GmbH.

Список джерел ілюстративного матеріалу

- URL:<https://germany.mfa.gov.ua/de/news/kerivnik-ofisu-prezidenta-ukrayini-andrij-yermak-dav-eksklyuzivne-intervyu-nimeckij-media-grupi-funke-mediengruppe>.
- URL:<https://www.bild.de/politik/ausland/news-ausland/ukraine-aussenminister-bei-bild-ich-hoffe-gerhard-schroeder-kann-sich-zusammenre-71016520.bild.html>.
- URL:<https://www.dw.com/de/corona-impfstoff-laut-biontech-und-pfizer-zu-90-prozent-wirksam-a-55543405>.
- URL:<https://www.dw.com/de/corona-keine-maske-150-euro-straft/a-55186181>.
- URL:<https://www.dw.com/de/medien-trump-nennt-fauci-eine-katastrophe/a-55329466>.

URL:<https://www.dw.com/de/meinung-donald-trump-ist-corona-positiv-die-wirklichkeit-schl%C3%A4gt-zur%C3%BCck/a-55129486>.

URL:<https://www.dw.com/de/meinung-politischer-zynismus-in-polen-in-corona-zeiten/a-55418774>.

URL:<https://www.dw.com/de/pandemie-und-parlamente-h%C3%B6hlt-corona-die-demokratie-aus/a-55333358>.

УДК 811.111.659 (3)

**COMPLEX SENTENCES IN TEXTS OF INFORMED CONSENT FOR
DENTAL TREATMENT: STRUCTURAL, SEMANTIC,
COMMUNICATIVE AND DISCOURSIVE ASPECTS**
**СКЛАДНОПІДРЯДНІ РЕЧЕННЯ В ТЕКСТАХ ПОІНФОРМОВАНОЇ
ЗГОДИ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ І КОМУНІКАТИВНО-
ДИСКУРСИВНИЙ АСПЕКТИ**

Вікторія КОСТЕНКО, Олена БЄЛЯЄВА, Ірина СОЛОГОР

Українська медична стоматологічна академія

victoriakost20@gmail.com, elenablanch69@gmail.com,

plantagoalpina@gmail.com

ORCID ID 0000-0001-9077-2191, ORCID ID0000-0001-9060-4753,

ORCID ID 0000-0001-9899-6552

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.135-147>

This article presents investigation of the structural and semantic characteristics of complex sentences and their contribution to implementing communicative strategies in the texts of informed consent for dental treatment. Informed consent is a bilateral document that provides a sufficient amount of specific information about the character of dental intervention, records the communication between doctor and patient in order to enable patients to make voluntary decisions concerning the exposure to potentially dangerous procedures. Complex sentences have been found out as one of the most common types of sentences in the texts studied. Although there is a wide range of complex sentences of different formal and semantic-syntactic types in the informed consent, some types are more prevalent than others. The two most common types of subordinate clauses have been identified: noun clauses as a direct object and adverbial clauses of condition. Complex sentences with objective clauses often contain cognitive or volitional verbs in the independent clause and are characterized by semantic and structural incompleteness, while the subordinate clause is a semantic center, which reveals, explains or complements the scope of the main clause. This type of complex sentences serves as one of the means to implement the communicative tactics guiding and controlling the patient's perception of medical information.

Conditional sentences specifying the circumstances and in particular those demonstrating the cause-effect relationship in the form of implicitation reasoning formulae are applied to implement the information communicative strategy. The considerable number of explanatory constructions (concretization, description, addition, clarification) serves to facilitate clearer understanding of the special information, thus implementing the information communicative strategy. The complex sentences are to increase the density of information and to focus on the addressee's attention to the most relevant segments of the sentence and text. The predominance of complex sentences demonstrates the interaction of two tendencies: to compress the ramified logical relationship between phenomena, processes, situations within a sentence on the one hand, and to provide additional and sometimes redundant information in order to reduce the chance that a message will be misinterpreted, on the other hand. These tendencies incorporated on the syntax level by complex sentences are

important preconditions for effective communication in giving / obtaining voluntary informed consent for dental treatment.

Key words: complex sentences, types of subordinate clauses, informed consent for dental treatment, communicative strategies, communicative tactics.

У роботі представлені результати дослідження структурно-семантичних характеристик складнопідрядних речень та їхньої ролі у втіленні комунікативних стратегій у текстах поінформованої згоди на стоматологічне лікування. Поінформована згода – це документ двосторонньої дії, який надає інформацію про характер медичного втручання, фіксує процес спілкування між лікарем і пацієнтом, результатом якого є зважене рішення останнього погодитися на певне втручання чи відхилити його. Складнопідрядні речення є одними із найуживаніших типів речень досліджуваних текстів. Виявлене широке коло складнопідрядних речень різних формально-граматичних і семантико-синтаксичних типів, але активність використання їх неоднакова. Визначені два найбільш представлених типи підрядних речень: це додаткові та обставинні, зокрема умови, що складають майже однакові частки. Складнопідрядні речення з додатковими підрядними часто містять дієслова зі значенням ментальної дії та волевиявлення в головних частинах і характеризуються семантичною і структурною неповнотою, при цьому підрядна частина є семантичним центром, який розкриває, пояснює чи доповнює зміст головної частини. Цей тип речень слугує одним із засобів реалізації тактики контролю розуміння повідомлення при втіленні регулятивної комунікативної стратегії. Умовні речення, які демонструють відношення причини і наслідку у формі імплікативних суджень, є одним із втілень тактики обґрунтування при реалізації стратегії інформування. Значне залучення пояснювальних конструкцій (конкретизації, опису, доповнення, уточнення) також слугує для втілення комунікативної стратегії інформування. Використання складнопідрядних речень сприяє структуруванню висловлення та привертає увагу адресата до ключових для сприйняття фрагментів тексту. Переважання складнопідрядних речень демонструє взаємодію двох тенденцій: тенденції до компресії інформації, тобто вираження розгалуженої логічної залежності між явищами, процесами, ситуаціями в рамках одного речення, з одного боку, і тенденції до мовної надлишковості, тобто надання додаткової інформації чи дублювання уже раніше зазначеної, з іншого, що, допомагає виділити головне, підкреслити суттєве, і, загалом, є важливою умовою ефективної комунікації.

Ключові слова: складнопідрядні речення, типи підрядності, поінформована згода на стоматологічне лікування, комунікативні стратегії, комунікативні тактики.

Вступ. У світлі теорії мовної комунікації у системі мовознавчих дисциплін спілкування людей ґрунтується на плануванні мовленнєвих дій та виборі способу досягнення комунікативних цілей (*Золотова, Онупенко і Сидорова, 1998; Иссерс, 2003; Криницька, 2014; Наер, 1986; Bernotienė і Kaprizkinas, 2018; Thornborrow, 2016*). Ефективне спілкування дослідники розглядають як стратегічний процес, а стратегічність загалом визначають як парадигму будь-якої комунікативної дії, яка характеризується складністю і кількістю взаємопов'язаних систем і відносин, включених у творення та забезпечення комунікації (*Почепцов, 1999; Шаповалова, 2002; King і Hopper, 2013*). Успішна реалізація комунікативного завдання передбачає врахування низки чинників, зокрема, соціального контексту, соціально-рольової приналежності комунікантів та пов'язаних з цим психологічних чинників, організації та гнучкого використання засобів мовного коду. Зацікавленість стосовно ролі одиниць синтаксичного рівня мови, на якому формується зв'язне мовлення, і насамперед його комунікативних одиниць – висловлень, їхнього потенціалу у втіленні комунікативних стратегій і тактик

мовленнєвої поведінки спричинила появу значеної кількості досліджень у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві (*Загнітко, 2007; Edmonds, 1985; Giles, 2005*). Г. О. Золотова (*1998, с. 45*), зокрема, наголошує, що «оскільки призначення мови – бути засобом спілкування – реалізується через синтаксис, комунікативність – одна із суттєвих властивостей синтаксису».

У контексті антропоцентрично-зорієнтованої лінгвістики актуальним є питання потенціалу складних речень при досягненні комунікативної мети у професійних дискурсах, оскільки професійна діяльність – це суспільно значущий процес, який перетворює світ та сприяє розкриттю творчого, інтелектуального та духовного потенціалу особистості, а професійна комунікація постає як процес створення, фіксації та поширення знань і цінностей у рамках певної професійної спільноти, слугує інструментом професійної самоідентифікації та професійного розвитку особистості (*Atkinson, 1999; Connor, Upton, 2004; Thornborrow, 2014*).

Мета запропонованої розвідки – дослідити структурно-семантичні характеристики складнопідрядних речень та з'ясувати їхню роль у реалізації комунікативних стратегій текстів поінформованої згоди на стоматологічне лікування.

Матеріалом дослідження слугувати 45 типових шаблонних форм поінформованої згоди, що їх використовують у медичних установах США, які мають ліцензію на виконання різних видів стоматологічних послуг (New York City Metropolitan Hospital Center, Alliance for Dental Care PLLC (Rochester, NH)), а також надають страхові медичні компанії (Dentists Benefits Insurance Company (DBIC), MedPro Group). Корпус досліджуваних форм був укладений з використанням онлайн-ресурсів Open Dental Softwear, American Dental Association dental records reference, Delta Dental Incorporation.

Методи дослідження включали лінгвістичне спостереження та опис, використані для характеристики й опису зазначених синтаксичних одиниць та інтерпретації їхньої ролі у реалізації комунікативних стратегій текстів поінформованої згоди; елементи дискурс-аналізу (урахування контекстуально-ситуативних параметрів типової комунікативної ситуації отримання / надання згоди, статус комунікантів) – для дослідження соціального тла створення досліджуваного документа; елементи жанрового аналізу, оскільки жанр визначає структурні особливості твору, його обсяг, і відбивається в його мовній субстанції. У рамках структурно-семантичного підходу, спрямованого на вивчення того, як втілюються семантичні складові речення у поверхневій, за Н. Хомським (*Хомський, 1972, с. 20*), синтаксичній структурі, та як упорядкованість речення відображає екстралінгвістичний зміст, був виконаний формально-граматичний аналіз складнопідрядних речень, коли визначальними постають синтаксичні категорії членів речення, категорії синтаксичних зв'язків; семантичний аналіз для вивчення семантичних і синкретичних відношень у складнопідрядних реченнях, з'ясування субординації змісту. Це дає змогу врахувати багатоаспектність речень, системність їхнього функціонування, синкретизм у синтаксичній системі мови.

Комунікативно-дискурсивний підхід допомагає розкрити сутність взаємодії мовленнєвого та соціально-психологічного планів спілкування, оскільки цільова настанова витікає з необхідності задовольнити соціальні / психологічні потреби,

пояснити інтерактивний характер спілкування – процес та результат спільного виробництва дискурсивних смислів.

Результати та обговорення. Поінформована згода на медичне втручання, тобто на застосування методів діагностики, профілактики або лікування, пов'язаних з істотним впливом на організм, – це «документ, що надає пацієнтові інформацію про характер медичного втручання, відбиває основні етапи комунікації між ним та лікарем, та фіксує добровільне компетентне рішення пацієнта погодитися на певне втручання чи відхилити його» (*Костенко, Беляєва, Сологор, 2019, с. 70*). Цей документ двосторонньої дії є невід'ємною частиною сучасної системи правового регулювання надання медичної допомоги та соціального забезпечення (*Kadam, 2017; Kakar et al, 2014; King, Hoppe, 2013; Mazur, 2017*).

Як самостійний жанр, що історично склався і закріпився у конкретній дискурсивній спільноті, поінформована згода на стоматологічне лікування реалізується в умовах соціально-фіксованих ситуацій. Її прагматична настанова, яку Л. Наєр (*1986, с. 7*) тлумачать як «матеріалізований у тексті конкретний намір адресанта здійснити певний вплив на адресата», полягає в наданні агентом дискурсу – лікарем, або ширше – медичною установою – інформації, представленої у строгій відповідності з максимами повноти інформації (кількості), якості, релевантності та манери за Г. П. Грайсом (*Grice, 1975*), про стоматологічну процедуру, регламентацію та узгодження пов'язаних з нею дій з пацієнтом, з метою спонукати його до ухвалення рішення погодитися на виконання втручання чи відхилити його.

Комунікативну стратегію вважають базовою конститутивною дискурсивною характеристикою, складником евристичної інтенційної програми планування дискурсу (*Криницька, 2014; Кухарчук, 2013; Пастернак, 2013*). Попередні дослідження довели, що головною комунікативною стратегією, яка лежить в основі створення форми поінформованої згоди, є стратегія інформування (*Костенко, Сологор, 2019, с. 96*): вона охоплює сукупність мовленнєвих дій адресанта, спрямованих на надання спеціальної інформації, яка включає обґрунтування обраного лікувального підходу і передумови для його використання, висвітлення основних очікуваних результатів та обговорення тих особливостей стану здоров'я пацієнта, що можуть вплинути на результат, можливих ризиків, включаючи ймовірність, тяжкість і час появи можливих побічних ефектів; обговорення альтернативних методів лікування. Поінформована згода на стоматологічне лікування – це документ, який має важливе юридичне значення і спрямований на організацію, упорядкування та керування соціальними зв'язками між інститутом та суспільством, між агентом та клієнтом, між агентами всередині інституту та іншими інститутами (наприклад, інститутом права); у досліджуваних текстах ця взаємодія забезпечується за допомогою регулятивної стратегії (*Костенко, Сологор, 2019, с. 130*).

Вимоги щодо повноти інформації, конкретності, важливості представлення причинно-наслідкових зв'язків та логічного підпорядкування одних фактів, явищ, процесів іншим надають текстам поінформованої згоди ознак доказового мовлення та потребують відповідного мовного втілення, що насамперед, пов'язане зі складними синтаксичними конструкціями.

Складні речення перебувають серед актуальних наукових об'єктів як одиниці комунікативного синтаксису: дослідження категорій узгодження та підпорядкування на рівні синтаксису і дискурсу висвітлене в праці Н. Blühdorn (2008); комунікативні функції складних речень в усній науково-професійній комунікації на матеріалі російської мови вивчала О. В. Палатовська (2020), а в усному розмовному мовленні на матеріалі англійської мови – М. Leandias та G.Ferré (*Leandias i Ferré, 2017*).

Складні речення, утворюючи структурну та семантичну єдність двох або більше синтаксичних конструкцій, кожної зі своїм предикативним центром, «створювану для передачі ємного комунікативного завдання» (*Гапонова, 2012, с. 62*), складають переважну більшість у корпусі досліджуваних текстів, з них складнопідрядні, у тому числі складнопідрядні багатокomпонентні речення, що складаються з одного головного і не менше двох підрядних речень, становлять 60,51%, складносурядні – 2,11%, та складні речення із сурядністю і підрядністю – 6,37%.

Ці дані слугують підтвердженням думки, яка ґрунтується на реальному зіставленні усного і письмового дискурсу як альтернативних форм існування мови, про те, що, на відміну від усного дискурсу, коли породження мовлення та його розуміння відбуваються синхронізовано, «для письмового дискурсу характерна інтеграція предикацій у складні речення та інші синтаксичні конструкції й об'єднання» (*Хрiстіанова, 2017, с. 20*).

Складнопідрядні речення в досліджуваних текстах представлені різними формально-граматичними і структурно-семантичними типами. Підрядні речення граматично залежать від головного, виконуючи в ньому функцію одного з членів речення, тому серед них виділяють підметові, присудкові, додаткові, означальні і обставинні. Проаналізувавши складнопідрядні речення текстів поінформованої згоди, ми виявили два найбільш представлених типи підрядних речень: це додаткові та обставинні, які складають майже однакові частки (32,7% та 29,3%), а також означальні (25,1%), тоді як інші типи представлені не так чисельно, що, очевидно, зумовлено жанрово-стилістичними та змістовими особливостями текстів поінформованої згоди на лікування.

Не зважаючи на те, що критерії виділення типів складнопідрядних речень зазнають постійного перегляду, загалом враховуються їх структура та семантика (формально-граматична та структурно-граматична класифікації). Існує усталена думка, що структурно-семантичні різновиди складнопідрядних речень доцільно визначати на підставі закономірностей семантичних відношень між частинами складного речення, а також особливостей структурної та семантичної взаємодії головної та підрядної частин (*Вихованець, 1982, с. 71*).

Так, було виявлено, що складнопідрядні речення з підрядною з'ясувальною частиною, яка виконує функцію додатка (Object Clause), є найпоширенішим структурно-семантичним типом. У таких реченнях головна частина може характеризуватися семантичною і структурною неповнотою, при цьому підрядна, розкриваючи, пояснюючи чи доповнюючи зміст певного слова головної частини чи всієї частини загалом, компенсує цю неповноту: *I understand that periodontal procedures (treatment involving the gum tissues and other tissues*

*supporting the teeth) include risks and possible unsuccessful results from such treatment (Informed Consent For Periodontal Root Planning and Scaling). We understand that dentistry is a stressful and worrying event (Informed Consent for General Dental Procedure). I attest that I have discussed the risks, benefits, consequences, and alternatives of crowns with (patient's name) who has had the opportunity to ask questions. The doctor has explained to me that there are certain inherent and potential risks in ANY treatment plan or procedure” (Informed Consent for amalgam (silver filling) replacement). Як видно з прикладів, залежна частина об'єктної семантики виступає обов'язковим елементом у структурній завершеності головної, заміщуючи синтаксично необхідну позицію додатка, хоча, на думку Н. Г. Фарини (2016, с. 39), й не може бути повністю ототожнена з ним. Досить поширеним засобом зв'язку у таких складнопідрядних реченнях є сполучник *that*, який, однак, може і опускатися.*

У досліджуваних текстах підрядні з'ясувальні речення найчастіше приєднуються до дієслів зі значенням ментальної дії *to understand, to realize, to acknowledge, to certify*, які вказують на розуміння та осмислення адресатом наданої інформації; дієслів зі значенням волевиявлення *to agree, to wish, to approve, to authorize, to assume*; дієслів зі значенням повідомлення та ствердження *to inform, to explain, to attest, to claim*. Уживання дієслів зі значенням ментальної дії та волевиявлення в головних частинах складнопідрядних речень є одним із засобів реалізації тактики контролю розуміння повідомлення при втіленні регулятивної комунікативної стратегії. Така тактика являє собою складну інтенцію, спрямовану на отримання об'єктивної інформації про розуміння пацієнтом окремих суттєвих клінічних та правових аспектів, усвідомлення та прийняття закріпленої у суспільстві системи цінностей, які підкреслюються і наголошуються у підрядній частині. Цей зворотний зв'язок у досліджуваних документах вибудовується як послідовність циклів «повідомлення (лікар) – вираження ставлення до повідомлення (пацієнт)», причому варіанти останнього складника є визначеними заздалегідь і строго регламентованим: *I understand that by signing this consent I am in no way obligated to any treatment. I also acknowledge that during treatment it may be necessary to change or add procedures because of conditions found while working on the teeth that were not discovered during examination (Informed Consent for Veneers, Crowns, Implant Crowns and Bridges). I realize there is no guarantee that root canal treatment will save my tooth, and that complications can occur from the treatment (Informed Consent Endodontic). I have been informed and fully understand that there are certain inherent and potential risks associated with any type of surgical procedure, including extractions (Wisdom teeth removal: written informed consent)*. Як бачимо, семантичним центром розглянутих вище речень постає пропозиція підрядної частини.

Слід звернути увагу на складнопідрядні речення з підрядними супровідними, які, на відміну від розглянутих вище речень, є реченнями розчленованої структури, підрядна частина яких, слідуючи за головною, містить додаткове повідомлення, яке конкретизує чи уточнює зміст усієї головної частини: *New materials are available that may lessen the need for root canal treatment on large cavities (Root canal treatment and informed consent). Since leaving any pulp in the root*

canal may cause your symptoms to continue or worsen, this might require an additional procedure called an apicoectomy (Consent Form for Endodontic Treatment).

Складнопідрядні речення, в яких підрядна частина виступає в ролі обставини щодо головної (Adverbial Clause), складає другу за кількістю частку серед складнопідрядних речень у досліджуваних текстах. Найуживанішими серед них є речення з підрядними умови: *There may be an adverse reaction to the antibiotic in the fiber, whether a preexisting known allergy exists or not (Informed Consent For Periodontal Root Planning and Scaling). Should the desired results not be attained, extractions may be required (Informed Consent Endodontic (Root Canal) Treatment).*

У текстах поінформованої згоди на стоматологічне лікування складнопідрядні умовні речення широко вживаються для окреслення передбачуваних дій, станів, процесів, втілюючи таким чином тактику пояснення. Підрядна частина виступає виразником умови, за якої відбувається чи могла б відбуватися дія, програмована головною частиною, при цьому підрядна частина виступає в ролі умови. У реченнях такого типу головна й підрядна частини взаємопов'язані та взаємозалежні. Так, для вираження закономірностей або часто повторюваних подій, які стали правилами ведення клінічної практики, використовують умовні речення нульового типу (*Zero Conditionals*): *If unexpected problems arise during the procedure, the doctor has my permission to do what is deemed necessary to correct the condition (Oral Surgery Patient Informed Consent). If I fail to show up for a scheduled appointment, I take full responsibility for any serious consequences, such as hospitalization or death from infection, and hold the dentist harmless for my own acts (Root canal treatment).* У розглянутих прикладах реальна умова виражає дійсну залежність однієї дії від іншої і передбачає обов'язкове її здійснення.

Для передачі реальної або потенційно вірогідної ситуації в теперішньому або майбутньому часі, яка найчастіше пов'язана з процедурою лікування чи можливими ускладненнями, використовують умовні речення 1-го типу (*First Conditionals*): *If such sensitivity is persistent or lasts for an extended period of time, I will notify the dentist because this can be a sign of more serious problems. When a composite filling is placed, effort will be made to closely approximate the appearance of natural tooth colour (Informed Consent Composite Filling).*

Щоб продемонструвати відношення причини і наслідку, в досліджуваних текстах використовують твердження у формі імплікативного судження «*If ..., then ...*», наприклад: *If unexpected problems arise during the procedure, the doctor has my permission to do what is deemed necessary to correct the condition. (Oral Surgery Patient Informed Consent). If instructed to do so, I will not drive or perform hazardous chores until I have recovered from the effects of these medications (Informed Consent for Local Anesthesia).*

Подібні конструкції, які вказують на причинно-наслідкові зв'язки, є прикладами використання тактики обґрунтування при реалізації стратегії інформування.

Серед підрядних речень, що виконують функції різних обставин головного речення, у текстах поінформованої згоди також виділяємо складнопідрядні речення з підрядними часу. Такі речення можуть виражати значення одночасності, коли дії підрядної і головної частин відбуваються водночас: *When*

fillings are placed or replaced, the preparation of the teeth often requires the removal of tooth structures adequate to ensure that the diseased or otherwise compromised tooth structure provides sound tooth structure for placement of the restoration (Informed consent for composite fillings); підрядна частина може мати значення наступності, виражаючи слідування дії головної частини речення після дії, названої дієсловом у підрядному реченні, наприклад: *After healing occurs, there may be gum recession that exposes the margin or edge of crowns or fillings, increases sensitivity of teeth, and creates aesthetic or cosmetic changes in the front teeth, resulting in longer tooth appearance and wider inter-proximal spaces ((Informed Consent For Periodontal Root Planning and Scaling),* чи передування дії: *Patients can have an immediate response to oral conscious sedation similar to a temper tantrum before the medication calms them. (Informed Consent for Local Anesthesia).*

Інші виявлені, хоча і менш представлені в досліджуваних текстах, типи підрядних обставинних речень включають підрядні причини, які вказують на обставину, внаслідок якої відбувається чи не відбувається дія, про яку повідомляється в головній частині: *Because each patient's condition is unique, long-term success may not occur (Informed Consent for Crown Lengthening Surgery). Because of extreme masticatory (chewing) pressures or other traumatic forces, it is possible for composite resin fillings or aesthetic restorations bonded with composite resins to be dislodged or fractured (Informed consent for composite fillings);* допустові, які вказують на умову, незважаючи на яку або всупереч якій відбувається дія в головному реченні: *Even when the utmost care and diligence is exercised in the treatment of periodontal disease and associated conditions through scaling and root planning, risks and results associated with treatment include but are not limited to the following (Informed Consent For Periodontal Root Planning and Scaling).*

Складнопідрядні речення з підрядною означальною частиною (Attributive Clause) є третіми за кількістю у текстах поінформованої згоди. Як і для описаних вище складнопідрядних речень з підрядними з'ясувальними, підрядна означальна частина здебільшого є обов'язковим синтаксичним компонентом, яка виконує функцію означення, пояснюючи чи поширюючи певне слово, найчастіше іменник, чи субстантивне словосполучення головної частини: *Rinsing can disturb the formation of a healing blood clot which is essential to proper healing (Wisdom teeth removal: written informed consent). Endodontic (root canal) therapy is performed in order to save a tooth which otherwise might need to be removed (Consent Form for Endodontic Treatment). I have provided complete and accurate medical and personal history, including current medications, prescription and non-prescription, which I take, and any known drug allergies (Informed consent for composite fillings).*

З іншого боку, означуване слово певною мірою визначає семантичні та граматичні характеристики підрядної частини. Складнопідрядні речення з підрядною означальною частиною, яка вживається для деталізації змісту (конкретизації, опису, доповнення), слугують для втілення тактики пояснення у рамках комунікативної стратегії інформування.

Використання складнопідрядних речень в текстах поінформованої згоди на стоматологічне лікування відповідає основній прагматичній інтенції адресанта

надати адресату релевантну й достатню інформації для зваженого рішення щодо лікування. Як зазначає І. Вихованець (1993, с. 155), «речення в комунікативному плані є висловленням, основна особливість якого – орієнтація на учасників мовлення». Враховуючи відсутність спеціальних знань у адресата, зважаючи на додаткові вольові зусилля, яких він докладає для сприйняття та осмислення складного повідомлення, на основі якого буде ухвалене важливе рішення, адресант, використовуючи синтаксичні засоби, зокрема, складнопідрядні речення, керується принципом надлишковості для точнішої та вичерпнішої передачі важливої інформації. Власне структура складнопідрядних речень передбачає можливість більшої інформативної наповненості, повнішого тлумачення, конкретизації, уточнення одного складника через інший, що підтверджено нашим аналізом. Використання складнопідрядних речень також сприяє структуруванню висловлювання та привертає увагу адресата до ключових для сприйняття фрагментів тексту.

Висновки. Складнопідрядні речення є одними із найуживаніших типів речень англomовних текстів поінформованої згоди на стоматологічне лікування. Виявлене широке коло складнопідрядних речень різних формально-граматичних і семантико-синтаксичних типів, але активність використання їх неоднакова. Досліджені синтаксичні структури дозволяють продемонструвати логічну залежність між явищами, процесами, деталізувати елементи системи аргументації стосовно ухвалення певного рішення, таким чином, надаючи досліджуванним текстам ознак мовлення, націленого на висловлення доказового, об'єктивного знання, яке покликане переконати пацієнта ухвалити рішення щодо лікування. Значне залучення пояснювальних конструкцій (конкретизації, опису, доповнення, уточнення) зумовлене наміром адресанта в більшій мірі для втілення комунікативної стратегії інформування. Переважання складнопідрядних речень демонструє взаємодію двох тенденцій: тенденції до компресії інформації, тобто вираження розгалуженої логічної залежності між явищами, процесами, ситуаціями в рамках одного речення, з одного боку, оскільки жанрова вимога – порівняно невеликий обсяг текстів поінформованої згоди, і тенденції до мовної надлишковості, тобто надання додаткової інформації чи дублювання уже раніше зазначеної, з іншого, що, допомагає виділити головне, підкреслити суттєве, і, загалом, є важливою умовою ефективної комунікації. Окремого ретельного вивчення потребують поліпредикативні складнопідрядні та складні речення із сурядністю і підрядністю, оскільки вони є важливими складниками синтаксису письмових текстів професійного дискурсу стоматології.

Список літератури

- Вихованець І. Р. Граматика української мови. Синтаксис : підручник. К. : Либідь, 1993. 368 с.
- Вихованець І. Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови. К. : Наук. думка, 1992. 224 с.
- Гапонова Т. М. Типологія багатокомпонентних складних речень. *Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки.* 2012. № 14. С. 60–68.
- Загнітко А. П. Теорія сучасного синтаксису : монографія. Вид. 2-ге. Донецьк : ДонНУ, 2007. 294 с.
- Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М. : Изд-во МГУ им. Ломоносова, 1998. 528 с.

- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Едиториал УРСС. 2003. 284 с.
- Костенко В. Г., Беляева О. М., Сологор І. М. Жанрові параметри англomовного документа інформованої згоди на виконання стоматологічного втручання. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*, сер. «Філологія», 2019. Вип. 6 (74). С. 69–73.
- Костенко В. Г., Сологор І. М. Актуалізація комунікативної стратегії інформування в текстах документів інформованої згоди на виконання стоматологічного втручання. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 7 (1). Ужгород, УжНУ. 2019. С. 92–98.
- Костенко В. Г., Сологор І. М. Регулятивна комунікативна стратегія в текстах документів інформованої згоди на виконання стоматологічного втручання. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики*. Вип. 2. Чернівці, 2019. С. 126–138.
- Криницька О. Синтаксичні мовні засоби втілення комунікативного наміру. *Наукові записки ТНПУ. Серія: Мовознавство*. Вип. II(24) 2014. С. 129–133.
- Кухарчук І. О. Функціонально-комунікативний напрям дослідження синтаксичної будови мови. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2013. С. 150–155.
- Мовні одиниці у газетному дискурсі початку ХХІ століття / Р. О. Христіанінова та ін. ; за заг. ред. Р. О. Христіанінової. Мелітополь : Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2017. 157 с.
- Наер В. Л. Прагматика текста и ее составляющие. *Прагматика и стилистика*. М. : МГПИИЯ им. М. Тореца. 1986. Вып. 245. С. 4–13.
- Палатовська О. В. Російське складне речення в когнітивно-дискурсивному висвітленні (на матеріалі усної науково-професійної комунікації) : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.02. Київ, 2020. 449 с.
- Панькова Т. В. Поліпредикативні складнопідрядні речення: структурно-семантичний і комунікативно-прагматичний аспекти (на матеріалі англomовної художньої прози) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Івано-Франківськ, 2019. 245 с.
- Пастернак Т. А. Комунікативна стратегія як конститутивна характеристика дискурсу, *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія «Філологічна»*. Випуск 38. 2013. С. 215–217.
- Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. 2-ге вид. К., 1999. 307 с.
- Фарина Н. Г. Складнопідрядні речення нерозчленованої структури в художній прозі Івана Франка : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Львів, 2016. 217 с.
- Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. М. : Изд-во Московского ун-та, 1972. 259 с.
- Шаповалова О. Н. Управление коммуникативным поведением в общении : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2002. 26 с.
- Atkinson P. Medical discourse, evidentiality and the construction of professional responsibility. *Talk, Work and Institutional Order: discourse in medical, mediation and management settings* / S. Sarangi and C. Roberts (eds). Berlin and New York: Mouton de Gruyter. 1999. P. 75–108.
- Bernotienė L., Kaprizkinas A. Linguistic strategies of communicative functions in business discourse. *Res Humanitariae*. XXIV. 2018. P. 172–185. Retrieved from: doi:<http://dx.doi.org/10.15181/rh.v24io.1913>
- Blühdorn H. Subordination and coordination in syntax, semantics and discourse. “*Subordination*” versus “*Coordination*” in *Sentence and Text. A Cross-Linguistic Perspective* / C. Fabricius-Hansen and W. Ramm (eds.). Amsterdam : John Benjamins. 2008. P. 59–85.
- Connor U., Upton T. *Discourse of the Professions: perspectives from corpus linguistics*. Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins. 2004. 333 p.
- Edmonds J. A United theory of Syntactic Categories. Dordrecht : Foris. 1985. 314 p.
- Giles T. A syntactic approach to readability. *J. Technical Writing and Communication*. Vol. 35(1). 2005. P. 47–70. Retrieved from: <https://doi.org/10.2190/PHUC-GY8L-JRLE-VMNN>.
- Grice H. P. Logic and conversation. *Syntax and semantics* / ed. by P. Cole and J. L. Morgan, N. Y., Academic Press, V. 3. 1975. P. 41–58.
- Kadam R. A. Informed consent process: A step further towards making it meaningful! *Perspect Clin Res*. Jul-Sep; 8(3): 2017. P. 107–112. Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5543760/>.
- Kakar H., Gambhir R, Singh S., Kaur A. Informed Consent: Corner Stone in Ethical Medical and Dental Practice. *J Family Med Prim Care*. 3(1). 2014. P. 68–71. Retrieved form: doi: 10.4103/2249-4863.130284.
- King A., Hoppe R. B. Best Practice” for Patient-Centered Communication: A Narrative Review. *J Grad Med Educ*. Sep;5(3): 2013. P. 385–393. Retrieved form: doi: 10.4300/JGME-D-13-00072.1.

Leandias M., Ferré G. How Are Three Syntactic Types of Subordinate Clauses Different in Terms of Informational Weight? *Anglophonia: French Journal of English Linguistics*. 23. 2017. Retrieved from: <https://doi.org/10.4000/anglophonia.1200>.

Mazur D. J. Informed Consent in the Twenty First Century: What It Is, What It Isn't, and Future Challenges in Informed Consent and Shared Decision Making. *Sociology Compass*, 2013, Vol. 7, Iss. 9. P. 762–774. Retrieved from: <https://doi.org/10.1111/soc4.12067>.

Thornborrow J. Power talk: Language and interaction in institutional discourse. Routledge. 2016. 156 p. Retrieved from: <https://doi.org/10.4324/9781315839172>.

References

Vykhovanets', I. R. (1993). *Hramatyka ukrains'koi movy* [Grammar of Ukrainian Language]. Kyiv: Lybid'.

Vykhovanets', I. R. (1992). *Narysy z funktsional'noho syntaksysu ukrains'koi movy* [Study on functional syntax of Ukrainian Language]. Kyiv: Nauk. dumka.

Haponova, T. M. (2012). Typolohiia bahatokomponentnykh skladnykh rechen' [Typology of multi clause composite sentences]. *Naukovyi visnyk Pivdenoukrains'koho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu im. K. D. Ushyns'koho. Lnhvistychni nauky*, № 14, 60–68.

Zahnitko, A. P. (2007). *Teoriia suchasnoho syntaksysu* [Theory of modern syntax]. Donetsk: DonNU, 294.

Zolotova, G. A., Onipenko, N. K., and Sidorova, M. Iu. (1998). *Kommunikatyvnaia grammatika russkogo iazyka* [Communicative grammar of Russian Language]. M.: Izd-vo MGU im. Lomonosova.

Issers, O. S. (2003). *Komunikatyvni strategiyi i taktiky rosijskoyi movy* [Communicative strategies and tactics]. Moscow, URSS: Moskva.

Kostenko, V., Bieliciaeva, O. and Solohor, I. (2019). Zhanrovi parametry anhlomovnoho dokumenta informovanoi zghody na vykonannya stomatolohichnoho vtruchannia [Genre parameters of documents of informed consent for dental treatment]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*, 6(74), 69–73.

Kostenko, V., Solohor, I. (2019). Aktualizatsiia komunikatyvnoi stratehii informuvannia v tekstakh dokumentiv informovanoi zghody na stomatolohichne vtruchannia [Implementation of informing strategy of communication in texts of informed consent for dental treatment]. *Zakarpatski filolohichni studii*, 7, 92–97.

Kostenko, V. H., Solohor, I. M. (2019). Rehuliatyvna komunikatyvna stratehiia v tekstakh dokumentiv informovanoi zghody na vykonannya stomatolohichnoho vtruchannia [Regulation communicative strategy in texts of informed consent for dental treatment]. *Aktualni problemy romano-hermanskoi filolohii ta prykladnoi lnhvistyky*. Vyp. 2. Chernivtsi, ChNU im. Yurii Fedkovycha, 126–138.

Krynytska, O. (2014). Syntaksychni movni zasoby vtilennia komunikatyvnoho namiru [Syntactical linguistic facilities of realization of communicative intention]. *Naukovi zapysky TNPU*. Serii: Movoznavstvo. Vyp. II(24), 129–133.

Kukharchuk, I. O. (2013). Funktsionalno-komunikatyvnyi napriam doslidzhennia syntaksychnoi budovy movy [Functional and communicative directions towards investigation syntactical structure of the language]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova*. Serii 10: Problemy hramatyky i leksykolohii ukrainskoi movy, 150–155.

Movni odynytsi u hazetnomu dyskursi pochatku XXI stolittia [Language units in newspaper discourse in the XXI century] (2017). / R. O. Khrystianinova ta in. ; za zah. red. R. O. Khrystianinovi. Melitopol: Vydavnychi budynok Melitopolskoi miskoi drukarni.

Naer, V. L. (1986). Pragmatyka teksta i iee sostavliaiushchie [Pragmatics of text and its components]. *Pragmatyka i stilistika*. M.: MGIIYa im. M. Toreza. Vyp. 245, 4–13.

Palatovska, O. V. (2020). *Rosiiske skladne rechennia v kohnityvno-dyskursyvnomu vysvitlenni (na materialy usnoi naukovo-profesiinoi komunikatsii)* [Russian composite sentence in communicative and discursive aspects (on the material of oral scientific and professional communication)]. Dys. ... dokt. filol. nauk: 10.02.02. Kyiv.

Pankova, T. V. (2019). *Polipredykatyvni skladnopidriadni rechennia: strukturno-semantychnyi i komunikatyvno-prahmatychnyi aspekty (na materialy anhlomovnoi khudozhnoi prozy)* [Polypredicative complex sentences: structural, semantic, communicative and pragmatic aspects]. Dys. ... kand. filol. nauk. Ivano-Frankivsk.

Pasternak, T. A. (2013). Komunikatyvna stratehiia yak konstytutyvna kharakterystyka dyskursu [Communicative strategy as discourse component]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia"*. Serii «Filolohichna». Vypusk 38, 215–217.

Pochepstov, H. H. (1999). *Teoriia komunikatsii* [Theory of communication]. 2-he vyd., dop. K.

Faryna, N. H. (2016). *Skladnopidriadni rechennia nerozchlenovanoi struktury v khudozhnii prozi Ivana Franka* [Complex sentences of non-segmented structure in Ivan Franko's fictional prose]. Dys. ... kand. filol. nauk. Lviv.

Homskiy, N. (1972). *Aspekty teorii sintaksisa* [Aspects of the theory of syntax]. M.: Izd-vo Moskovskogo un-ta.

- Shapovalova, O. N. (2002). *Upravlenie kommunikativnym povedeniem v obschenii* [Management of communicative behaviour in communication]: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M.
- Atkinson, P. (1999). Medical discourse, evidentiality and the construction of professional responsibility. *Talk, Work and Institutional Order: discourse in medical, mediation and management settings* / S. Sarangi and C. Roberts (eds). Berlin and New York: Mouton de Gruyter, 75–108.
- Bernotienė L. & Kaprizkinas, A. (2018). Linguistic strategies of communicative functions in business discourse. *Res Humanitariae*. XXIV, 172–185. Retrieved from: doi:<http://dx.doi.org/10.15181/rh.v24io.1913>.
- Blühdorn, H. (2008). Subordination and coordination in syntax, semantics and discourse. “*Subordination*” versus “*Coordination*” in *Sentence and Text. A Cross-Linguistic Perspective* / C. Fabricius-Hansen and W. Ramm (eds.). Amsterdam: John Benjamins, 59–85.
- Connor U., & Upton, T. (2004). *Discourse of the Professions: perspectives from corpus linguistics*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Edmonds, J. (1985). *A United theory of Syntactic Categories*. Dordrecht: Foris.
- Giles, T. (2005). A syntactic approach to readability. *J. Technical Writing and Communication*. Vol. 35(1), 47–70. Retrieved from: <https://doi.org/10.2190/PHUC-GY8L-JRLE-VMNN>.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and semantics* / ed. by P. Cole and J. L. Morgan, N. Y., Academic Press, V. 3, 41–58.
- Kadam, R. A. (2017). Informed consent process: A step further towards making it meaningful! *Perspect Clin Res*. 8(3), 107–112. Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5543760/>.
- Kakar, H., Gambhir, R, Singh S., & Kaur, A. (2014). Informed Consent: Corner Stone in Ethical Medical and Dental Practice. *J Family Med Prim Care*. 3(1), 68–71. Retrieved form: doi: 10.4103/2249-4863.130284.
- King, A., Hoppe, R. B. (2013). “Best Practice” for Patient-Centered Communication: A Narrative Review. *J Grad Med Educ*. 5(3), 385–393. Retrieved form: doi: 10.4300/JGME-D-13-00072.1.
- Leandias, M., Ferré, G. (2017). How Are Three Syntactic Types of Subordinate Clauses Different in Terms of Informational Weight? *Anglophonia: French Journal of English Linguistics*. 23. Retrieved form: <https://doi.org/10.4000/anglophonia.1200>.
- Mazur, D. J. (2013). Informed Consent in the Twenty First Century: What It Is, What It Isn't, and Future Challenges in Informed Consent and Shared Decision Making. *Sociology Compass*. 7 (9), 762–774. Retrieved from : <https://doi.org/10.1111/soc4.12067>.
- Thornborrow, J. Power talk (2016): Language and interaction in institutional discourse. Routledge. Retrieved from: <https://doi.org/10.4324/9781315839172>.

Список джерел ілюстративного матеріалу

- Consent Form for Endodontic Treatment: URL: <https://www.padental.org/Images/OnlineDocs/ResourcesPrograms/Practice%20Management/ConsentFormEndodontic.pdf>.
- Informed Consent Endodontic (Root Canal) Treatment. URL: [http://absolutdent.com/wp-content/themes/biznizz/images/pdf/Informed%20Consent%20Endodontic%20\(Root%20Canal\)%20Treatment.pdf](http://absolutdent.com/wp-content/themes/biznizz/images/pdf/Informed%20Consent%20Endodontic%20(Root%20Canal)%20Treatment.pdf).
- Informed Consent for amalgam (silver filling) replacement: URL: <https://dentistsbenefits.com/risk-management/informed-consentform-samples>.
- Informed consent for composite fillings. URL: <http://absolutdent.com/wp-content/themes/biznizz/images/pdf/Informed%20Consent%20for%20Composite%20Fillings.pdf>.
- Informed Consent for Crown Lengthening Surgery. URL: <http://www.denverperio.com/Portals/11/Documents/P%20CONSENT%20CROWN%20LENGTHENING.pdf>.
- Informed Consent for Local Anesthesia. URL: <http://absolutdent.com/wp-content/themes/biznizz/images/pdf/Informed%20Consent%20for%20Local%20Anesthesia.pdf>.
- Informed Consent for General Dental Procedure. URL: <https://www.arlingtondentalcenter.org/wp-content/uploads/2013/05/arlington-dental-center-new-patient-forms-2014.pdf>.
- Informed Consent For Periodontal Root Planning and Scaling. URL: <http://absolutdent.com/wp-content/themes/biznizz/images/pdf/Informed%20Consent%20For%20Periodontal%20Root%20Planing%20and%20Scaling.pdf>.
- Informed consent for tooth extraction. URL: <https://www.smilecliniq.com/wp-content/uploads/2018/12/14.-XLA-Consent.pdf>.
- Informed Consent for Veneers, Crowns, Implant Crowns and Bridges. URL: <http://absolutdent.com/wp-content/themes/biznizz/images/pdf/Informed%20Consent%20for%20Veneers,%20Crowns,%20Implant%20Crown%20and%20Bridges.pdf>.
- Oral Surgery Patient Informed Consent. URL: <https://www.unridgedental.ca/uploads/coQwCS0J/ConsentforOralSurgeryFebruary2018.pdf>.

Restorative treatment consent form. [https://www.fatemifamilydentistry.com/docs/Restorative% 20consent.pdf](https://www.fatemifamilydentistry.com/docs/Restorative%20consent.pdf).

Root canal treatment and informed consent. URL: <http://theparkfamilydental.com/onlineforms/forms/ROOTCANALTREATMENTANDINFORMEDCONSENT.pdf>.

Wisdom teeth removal: written informed consent. URL: <https://queensroaddental.co.uk/wp-content/uploads/2017/04/QRDC-Wisdom-Tooth-Extraction-Consent.pdf>. Web. 15 Nov. 2019.

УДК 378.4.091.322:811.111

CHALLENGES OF WRITING ACADEMIC ESSAYS AND WAYS OF OVERCOMING THEM

ТРУДНОЩІ НАПИСАННЯ АКАДЕМІЧНОГО ЕСЕ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Вікторія КОЧУБЕЙ

**Центральноукраїнський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка**

vikochubei@ukr.net

ORCID ID 0000-0003-0015-6884

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.147-156>

The paper highlights major challenges in writing academic essays. The article reveals the role of essay writing in studying, communication, creating and conveying information. The work on an academic essay requires development of three types of competences – metalinguistic, communicative and discourse competence. Difficulties in writing essays emerge when learners fail to recognize essential text properties – text cohesion and coherence, informativeness and modality. Lack of a deep analysis of the subject under study, superficial conclusions and poor analytical skills result in producing a one-dimensional, linear text. Insufficiently reasoned structure elements of the text can sometimes provoke learners to provide examples contrary to the topic sentence. The main way of solving this problem is making a logical and structural scheme, – an outline, before starting to write the text. It is equally important to follow the principle of ordering information, organizing the material in a certain succession, keeping the line of reasoning throughout the text. Learners can choose a relevant way of information organization – cause and effect, chronological, spacial and thematic. The article contains examples of exercises aimed at choosing an appropriate way of representing information and exercises for developing discourse competence. Another category of difficulties embraces lexical and stylistic, grammar and spelling mistakes. These errors deal with the operational dimension of the text and their prevention requires developing necessary competencies by doing special exercises to improve the technical aspects of writing. Writing an essay implies keeping to the language norms, grammar and stylistic accuracy. Scientific and research papers are characterized by developed syntactic constructions, complex sentences with clauses of cause and result, abstract vocabulary, while colloquial words and expressions must be omitted.

Academic essay is viewed as a product of analytical research work, as a multidimensional text that integrates operational, cultural and critical components. The content of the academic text depends primarily on the depth of information analysis and its critical comprehension. The profound research work triggers the generation of new ideas. Regular and stage-by-stage work on writing the academic essay promotes the development of academic literacy skills. In addition, writing essays helps to train analytical and metalinguistic skills, shapes a personality, capable of thinking critically and articulating ideas.

Key words: academic essay, text categories, multidimensional character of text, academic literacy, difficulties of writing, way of organizing information.

Стаття присвячена окресленню основних труднощів, які відчують здобувачі освіти під час написання академічного есе. Розкрито провідну роль есе як засобу навчання, спілкування, творчості та передачі інформації. Створення академічного тексту вимагає роботи над набуттям та розвитком трьох типів компетенцій – металінгвістичної, комунікативної та дискурсивної. Визначено, що труднощі написання есе пов'язані з порушенням основних текстових категорій – цілісності та зв'язності тексту, інформативності та модальності. Відсутність глибини аналізу предмету дослідження, поверховість у виведенні висновків, недостатність аналітичного підходу під час написання роботи призводять до написання одновимірного, лінійного тексту. Непродуманість структурних елементів тексту інколи призводить до наведення аргументів та прикладів, які суперечать тезі. Головним способом подолання цієї проблеми є укладання логіко-структурної схеми, плану до початку написання тексту. Важливим є слідування принципу наступності інформації між реченнями, послідовного викладу матеріалу, дотримання лінії аргументації впродовж тексту, використання певного способу організації інформації – причинно-наслідкового, хронологічного, тематичного. Наведено приклади вправ на відпрацювання вибору доцільного способу представлення інформації, а також на розвиток дискурсивної компетенції. Інша категорія труднощів – лексико-стилістичні, граматичні та орфографічні помилки – стосуються операційного виміру тексту та їх усунення вимагає відпрацювання відповідних навичок шляхом виконання вправ для навчання техніки письма. Під час написання есе слід суворо дотримуватися мовних норм, граматичної і стилістичної правильності. Для науково-дослідницьких робіт характерними є розгорнуті синтаксичні конструкції, наявність складнопідрядних речень із причинно-наслідковим зв'язком, вживання абстрактної лексики, відсутність розмовних слів та виразів.

Академічне есе розглядається як продукт аналітико-дослідницької роботи, як багатовимірний текст, що інтегрує операційний, культурний та критичний компоненти. Змістове наповнення академічного тексту безпосередньо залежить від глибини аналізу матеріалу, його критичного осмислення та становить підґрунтя для генерування власних ідей. Систематична та поетапна робота над створенням академічного есе сприяє не тільки виробленню навичок академічної грамотності, а й тренує аналітичні та металінгвістичні навички, формує особистість, що вмє критично мислити та впорядковувати свої думки.

Ключові слова: академічне есе, текстові категорії, багатовимірність тексту, академічна грамотність, труднощі написання, спосіб представлення інформації.

Вступ. Із глобалізацією комунікативних систем писемне мовлення набуває особливого значення у вивченні англійської мови, адже, як стверджує А. П. Коваль (1970, с. 390), «компетентність у письмі – це здатність реалізувати комунікацію у письмовій формі в життєво важливих для певного віку сферах і ситуаціях спілкування відповідно до комунікативного завдання». Отримання наукової інформації в різних галузях знань наразі відбувається здебільшого через письмові джерела комунікації. Вміння орієнтуватись у великій кількості наукових праць, а також здатність академічно грамотно та переконливо представляти власні творчі доробки є надзвичайно важливими елементами успішної наукової комунікації.

Виходячи з того, що письмо є не лише засобом навчання, а й засобом і способом спілкування, пізнання та творчості, писемне мовлення набуває особливого значення під час вивчення іноземної мови. Отже, з'ясування труднощів написання писемних робіт англійською мовою й окреслення шляхів їх подолання визначають актуальність цієї статті.

Академічне письмо є базовою навичкою сучасної освіти. Виконання письмового завдання є одним із чотирьох розділів екзамену IELTS «International

English Language Testing System», а також інших міжнародних систем тестування рівня володіння англійською мовою. Необхідність інтегруватись у глобалізований науковий простір спричинює відхід від розуміння письма в його вузькому сенсі, що дає поштовх науковим працям, присвяченим дослідженню риторичних вмінь та технологій навчання академічному письму. Перший надрукований в Україні посібник з англійського наукового письма Т. В. Яхонтової вміщує вправи, спрямовані на розвиток базових навичок побудови та написання англійською мовою наукових текстів різних жанрів (Яхонтова, 2003). Посібники Ж. В. Колоїз (Колоїз, 2019), С. К. Ревуцької та В. М. Зінченко (Ревуцька та Зінченко, 2019) присвячені розвитку навичок побудови та написання англійською мовою наукових текстів різних жанрів. Дисертація І. Б. Короткіної вміщує опис комплексної методики навчання академічному письму з урахуванням сучасних освітніх вимог та на базі порівняння моделей навчання академічному письму в закордонних університетах (Короткіна, 2018). Експериментально доведений тісний зв'язок між навичками ефективного критичного мислення та академічною грамотністю (Catterall and Ireland, 2010). Значущими є роботи, присвячені розвитку міждисциплінарних композиційних та риторичних навичок (Ramage and Bean, 2017), виробленню навичок академічної грамотності (McWilliams and Alan, 2014). Популярні відкриті освітні платформи також не обходять стороною технології навчання писемного мовлення. Зокрема на платформі Coursera запропоновано курс English for Research Publication Purposes, який вчить ефективним стратегіям написання дослідницьких текстів. Елементами цього навчального курсу є такі теми, як академічна грамотність, наукова комунікація, технічне письмо.

Незважаючи на зростаючу кількість науково-методичних публікацій та онлайн-курсів, питання розробки дієвих шляхів подолання труднощів, які виникають під час написання дослідницьких письмових робіт, залишається до кінця невирішеним. Метою цієї статті є з'ясування типових труднощів та помилок, яких припускаються студенти в процесі написання англійських академічних есе, та опис шляхів їх попередження та усунення.

Методи дослідження. Теоретичну основу дослідження становить аналіз літератури з методики академічного письма зарубіжних та вітчизняних авторів. Ключовим елементом роботи є аналіз підходів до оцінювання академічного тексту, порівняльно-зіставний аналіз методів та моделей навчання академічного письма. Виявлення та опис труднощів при написанні академічних есе проводились під час викладання курсу “Основи академічного писемного мовлення”, який читається студентам 3 курсу факультету іноземних мов Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Результати та обговорення. Ми здобуємо знання перш за все з письмових джерел. Те, наскільки правильно читач зможе зрозуміти та інтерпретувати письмовий текст, залежить передусім від вміння автора сформулювати та чітко й грамотно викласти свою думку, підібрати відповідні вирази та структури, які найбільш повно відповідатимуть комунікативним намірам автора. Читаючи іншомовний текст, ми робимо крок у розумінні

іноземної культури, що сприяє повноцінному уявленню про культурні норми, притаманні тій чи іншій країні. Концентруючи в собі всі чотири види мовленнєвої діяльності (*Тарнапольський, Кожушко, 2008, с. 15*), письмо сприяє розвитку кожного з них. Письмо забезпечує графічну фіксацію мовлення, що є важливою формою передачі інформації. Письмо безпосередньо пов'язане з читанням, оскільки будь-який тест пишеться саме для того, аби його хтось прочитав. До того ж, читання може відбуватись і вголос, і бути внутрішнім мовленням або проговорюванням. Слушною є думка дослідників О. Б. Тарнапольського та С. П. Кожушко про те, що письмо є центральним та найсвідомішим видом мовленнєвої діяльності (*Тарнапольський і Кожушко, 2008, с. 14-15*). В процесі навчання письмо є одним з найефективніших способів контролю якості засвоєння знань, що дає можливість перевірити як грамотність здобувачів освіти, так і розвиненість словникового запасу, вміння грамотно, обґрунтовано й послідовно організовувати свої думки (*Кравець і Свириденко, 2016*). Отже, написання есе є невід'ємною частиною підготовки фахівця.

Одним із найважливіших вмінь при створенні академічного тексту є оволодіння академічною грамотністю, під якою дослідниця Н. В. Смирнова розуміє «здатність транслювати академічний письмовий дискурс на базі іншомовних професійно орієнтованих академічних текстів, критично мислити, підвищувати свою самоосвітню компетентність в навчальних і професійних цілях» (*Смирнова, 2015, с. 59*).

У процесі навчання академічного письма важливим є розвиток трьох компетенцій (*Короткина, 2018, с. 4*) – металінгвістичної, комунікативної та дискурсивної. Металінгвістична компетенція охоплює методи висунення та обґрунтування власних ідей та гіпотез, добору потрібної інформації, нелінійної побудови тексту. Методи аргументації та обговорення тексту складають комунікативну компетенцію, а представлення результатів у вигляді переконливого, логічно впорядкованого тексту – дискурсивну (*Короткина, 2018, с. 4*). Кінцевий продукт писемного мовлення представляє собою текст, основними категоріями якого є зв'язність, цілісність, інтенційність, інформативність, ситуативність, членованість, інтегративність, модальність (*Семенюк і Паращук, 2010, с. 95*). Як свідчить практика, в процесі навчання здобувачі освіти створюють письмові роботи, що містять значні порушення основних текстових категорій. Розглянемо найбільш типові труднощі.

Першу групу труднощів і викликаних ними помилок складають порушення цілісності та зв'язності тексту. Ці ключові ознаки тексту являють собою структурні та смислові зв'язки між елементами тексту. Здобувачі освіти схильні припускатись таких логічних помилок, як невміння дотримуватись основної думки, відхилення від теми, наведення нелогічних аргументів, нездатність сконцентруватись на основній темі. Це помилки, пов'язані з порушенням фокусу, а саме невміння дотримувати лінію аргументації від тези до висновків. Непродуманість структурних елементів тексту можуть інколи призводити до наведення прикладів, які суперечать тезі. Головним способом подолання цієї проблеми є укладання логіко-структурної схеми, плану до початку написання тексту. Важливим є слідування принципу наступності інформації між

реченнями, послідовного викладу матеріалу, використання певного способу організації інформації – причинно-наслідкового, хронологічного, тематичного. Цього можна досягти лише за умови застосування методів аналізу та синтезу, складання детального плану, в якому відображені аргументи на підтримку головної думки тексту. Крім того, необхідно спочатку навчитись писати абзац, який є структурною одиницею тексту, а вже згодом приступати до написання розгорнутих письмових робіт.

Наступна група помилок пов'язана з порушеннями такої категорії тесту, як інформативність. Відсутність глибини аналізу предмету дослідження, поверховість у виведенні висновків, недостатність аналітичного аналізу під час написання роботи призводять до написання одновимірного, лінійного тексту. Аналітично-дослідницький текст – це багатовимірний конструкт. Ще більш як чверть століття тому австралійським дослідником Біллом Гріном була розроблена 3-D модель створення тексту, яка включає три виміри, а саме операційний, культурний та критичний (*Короткина, 2018, с. 22-23; Ревуцька і Зінченко, 2019, с. 9-10*). Під культурним виміром розуміють безпосередню обізнаність з предметом дослідження, глибину розуміння теми, що в свою чергу дозволяє автору зробити власні висновки, продукувати нові ідеї, які становлять критичний вимір тексту. Слушною є теза Ревуцької С.К. та Зінченко В.М. (*2019, с.79*) про те, що лише в разі взаємодії культурного та критичного вимірів можливо отримати нелінійний текст. Багатовимірний процес продукування ідей дозволяє створити лінійно написаний текст, який буде читатись нелінійно. Третій – операційний вимір письмового тексту – включає в себе мову та організацію тесту. Саме з мовним оформленням тексту пов'язана третя група труднощів.

Суттєву групу труднощів складають проблеми, викликані неправильним підбором лексико-стилістичних засобів. Текст, в якому присутні мовні та стилістичні помилки, не матиме позитивного комунікативного ефекту, якими логічними й обґрунтованими не були б ідеї, викладені в ньому. До лексичних помилок ми відносимо вживання слів у неприйнятному для них значенні, тавтологію, використання жаргону, розмовних зворотів, збіднілу, одноманітну лексику, неправильне вживання запозичень, фразеологізмів. Бажаючи надати есе переконливого звучання, автори іноді можуть вдаватись до багатослів'я, невмотивованих повторів.

Цілком зрозуміло, в есе трапляються граматичні та орфографічні помилки. Типовими порушеннями є вживання невідповідної частини мови, некоректне вживання певних синтаксичних конструкцій, порушення порядку слів у реченні, неправильне використання прийменників, порушення узгодження підмета та присудка, недоречне використання займенників, занадто довгі або занадто короткі речення.

Для успішної роботи з есе потрібно пам'ятати про взаємодію операційного, культурного та критичного вимірів роботи. Автор повинен чітко усвідомлювати тему письмової роботи та визначити свою точку зору стосовно обговорюваної проблеми. Необхідно подбати про чіткість теми, не можна формулювати її занадто широко. Інформативність тексту визначається глибиною розкриття теми. Це культурний вимір тексту, для успішного вибудовування якого потрібно

здійснити глибоку аналітичну роботу по вивченню теми дослідження. Брак фактичного та статистичного матеріалу під час підготовки до написання есе призведе до поверховості висновків, недостатнього опрацювання теми. Як продуктивний вид мовленнєвої діяльності, письмо вимагає від автора орієнтувально-дослідної діяльності, яка спрямована на взаємодію з цільовою аудиторією. Відбір доречної інформації вимагатиме сформованих навичок критичного мислення. Розробку теми можливо проводити із застосуванням технік мозкового штурму із подальшим аналізом окремих ідей та поєднанням їх у смислові блоки, на основі яких потрібно сформулювати план роботи. Під час формулювання основних аргументів потрібно перевірити, чи не суперечать вони між собою, чи не дублюють вони один одного.

Отже, основними шляхами уникнення порушень цілісності та зв'язності тексту є: 1) проведення достатньої дослідницько-аналітичної роботи, 2) побудова логічної схеми-плану майбутнього есе, добір базового порядку організації аргументів та побудови тесту – причинно-наслідкового або тематичного, чіткість у формулюванні положень та тез, 3) дотримання смислових та структурних зв'язків в тексті есе шляхом доречного використання з'єднувальних слів, уникнення двозначності в побудові речень, коректного використання відповідної лексики.

Для забезпечення ретельної та вдумливої дослідницької роботи слід перевірити, наскільки інформація, яку ви плануєте використати для написання есе, є точною, надійною та достатньо неупередженою. Чи можна перевірити ці факти? Наскільки корисною є ця інформація? Чи є протирічливі факти? Які висновки можна зробити?

Помилкам, які спричинені недотриманням принципу інформативності тексту, можна запобігти лише за умови ретельної та цілеспрямованої підготовчої роботи. Багатовимірності тексту можна досягнути лише шляхом глибокого аналізу літератури, статистичних відомостей, робіт у досліджуваній сфері. Змістове наповнення академічного тексту безпосередньо залежить від глибини аналізу матеріалу, його критичного осмислення та становить підґрунтя для генерування власних ідей.

Зауважимо, що «будь-який процес писемного мовлення має три етапи: підготовчий, мовленнєвий і контрольний (Панова, 2010, с. 207). Опиратися на ці засади важливо і викладачу, і студентам. На методичному рівні для навчання академічного есе з метою засвоєння клішованих одиниць велике значення мають підготовчі вправи для розвитку вмінь викладення думок з опертям на текст. Наприклад, студентам пропонуються такі вправи, як: виписати з тексту одиниці-кліше, скласти план до тексту есе, переказати текст за планом, виписати речення, які несуть головне змістове навантаження, розташувати речення в логічній послідовності, зробити висновки за прочитаним есе, висловити свою думку (усно чи письмово), додати свої аргументи до тексту, провести опитування серед однолітків із теми тексту, скоротити/розширити текст, доповнити фактичний матеріал до вже готового есе, використати текст як зразок.

Опираючись на Л. С. Панову (2010), зазначимо, що готуючись до написання есе, здобувачі освіти повинні чітко усвідомлювати, що таке академічне есе, вміти

збирати фактичний матеріал, володіти мовними кліше академічного есе, мати поняття про граматичні та синтаксичні конструкції, які використовуються в академічному мовленні, вміти логічно організовувати текст. Лише після цього слід переходити до комунікативних вправ, а саме до написання власного тексту академічного есе. Наголосимо, що роль викладача, зацікавленого в розвитку навичок академічної грамотності в учнів, тут є неоціненною: «лише за умови наполегливої підготовчої роботи перед написанням твору, відпрацювання всіх стадій писемного процесу разом з учнями учитель сформує повні вміння писемного мовлення» (Панова, 2010, с. 207).

На підготовчому (дослідницькому, аналітичному) етапі написання есе слід дотримуватись такої послідовності дій:

1. Choose a topic of immediate importance, something that affects you or your community directly.
2. Identify a specific audience.
3. Narrow your topic and check with your instructor for approval.
4. Make a working bibliography to ensure sufficient recourses.
5. List things you already know about the topic.
6. Brainstorm for ideas.
7. Make a working outline
8. Write a relevant topic sentence.

Наступним етапом є написання есе відповідно до розробленого плану або логіко-структурної схеми роботи. Потрібно слідкувати за дотриманням логіки наведення аргументів та прикладів, що відповідає обраному принципу організації думок в есе. Для відпрацювання навичок побудови письмового тексту, логічного розташування речень в абзаці студентам пропонувались вправи, одну з яких наводимо нижче.

Task. Recognizing topic sentences. Decide which of the following sentences is the topic sentence of the paragraph. Decide the order of the supporting sentences.

- a. *In time, the melted part rises as a magma.*
- b. *The formation of a volcanic eruption is a dramatic series of events.*
- c. *As the plate sinks, friction and the earth's heat cause part of it to melt.*
- d. *The magma produces heat, steam, and pressure.*
- e. *First of all, most volcanoes are formed where two plates collide.*
- f. *Then one of the plates is forced under the other and sinks.*
- g. *When the heat, steam and pressure from the magma finally reach the surface of the earth, a volcanic eruption occurs.*

Ключовим етапом есе є написання тези, в якій поєднуються культурний та критичний виміри тексту, тобто розуміння теми та ставлення до неї. Корисним є виконання вправи на розрізнення теми та контролюючої ідеї, зразок якої наведено нижче.

Task. Identifying the parts of a topic sentence. Identify the topic and the controlling idea in each of the following sentences:

Example: *Driving on freeways requires nerves of steel.*

*“Driving on freeways” is **the topic**, “requires nerves of steel” is **the controlling idea**.*

1. *Driving on freeways requires an aggressive attitude.*
2. *The Caribbean island of Trinidad attracts tourists because of its calypso music.*
3. *Spectacular beaches make Puerto Rico a tourist paradise.*
4. *Living in an American college dormitory can be a stressful experience for newly arrived international students.*
5. *Many religious rules developed from health needs of ancient times.*
6. *The spread of AIDS can be slowed by educating the public.*
7. *A major problem for international students is taking essay examinations.*
8. *Participating in class discussions in English is a problem for international students.*
9. *In my opinion, many television commercials for cosmetics lie to women.*

На етапі написання есе потрібно застосовувати різноманітні прийоми, які допоможуть логічно організувати аргументи на підтримку головної ідеї. Важливо обрати спосіб представлення інформації – хронологічний, тематичний, причинно-наслідковий, просторовий. Наведемо приклад вправи, яка дозволяє тренувати вміння добирати спосіб представлення матеріалу відповідно до тематики есе.

Task. For each of the following topics, indicate the most logical sequence: special, chronological, effect-to-cause, cause-to-effect, problem-causes-solution, comparison-contrast:

- 1) job opportunities in your career field;
- 2) a physical description of the ideal classroom;
- 3) how to organize an effective job search;
- 4) how the quality of your higher educational experience can be improved;
- 5) arguments for and against a formal grading system;
- 6) an argument for an improvement you think your university needs most.

Лексико-стилістичні, граматичні та орфографічні труднощі стосуються операційного виміру тексту. Їх можливо подолати шляхом виконання вправ та завдань, спрямованих на практичне відпрацювання відповідних аспектів. Під час написання есе слід суворо дотримуватися мовних норм, граматичної і стилістичної правильності. Для науково-дослідницьких робіт характерними є розгорнуті синтаксичні конструкції, складнопідрядні речення із причинно-наслідковим зв'язком, вживання абстрактної лексики, відсутність розмовних слів та виразів. Потрібно наповнювати есе ретельно відібраною лексикою, уникати багатослівності, зайвої емоційності та формалізму. Ліквідація помилок операційного виміру тексту відбувається на останньому етапі написання есе шляхом самооцінки та самоконтролю.

Крім того, важливим є врахування психолінгвістичних особливостей письма та забезпечення у зв'язку з цим стійкої мотивації здобувачів освіти під час виконання письмових завдань. Чим раніше студент зрозуміє, що вміння писати англійською мовою є життєвою необхідністю, тим кращими будуть його результати під час навчання академічному письму. За О. Б. Тарнопольським, «забезпечення позитивних емоцій учнів у процесі виконання письмових завдань є однією з найголовніших проблем методики навчання письма як виду

мовленнєвої діяльності, від її успішного вирішення багато в чому залежить успіх навчання» (Тарнопольський, 2008, с. 21).

Надзвичайно важливою передумовою набуття навичок академічної грамотності є забезпечення зворотного зв'язку між наставником і студентом у навчальному процесі. Цей зв'язок повинен характеризуватися збалансованістю і доброзичливістю, об'єктивністю та справедливістю, високою частотністю і деталізованістю; містити в міру схвальні і в міру негативні коментарі; бути не лише формальним, а й неформальним, наприклад, відбуватися у вигляді порад, обговорення результатів виконання завдання наодинці тощо. Крім того, студенти повинні мати можливість надавати свої коментарі викладачеві, користуватися peer feedback, коли зворотний зв'язок щодо навчального процесу здійснюється самими студентами.

Висновки. Отже, робота над академічним есе є складним і багатофункціональним процесом, кінцевим продуктом якого є багатовимірний текст як єдність операційного, культурного та критичного компонентів. Труднощі, які виникають під час написання есе, пов'язані з порушенням таких категорій тексту, як зв'язність та цілісність, інформативність, а також із недотриманням вимог операційного виміру тексту, його лексико-стилістичної наповненості, грамотності та чіткості. Усунення лексико-стилістичних, граматичних та орфографічних помилок відбувається шляхом виконання вправ на навчання техніки письма. Академічне есе як результат аналітико-дослідницької роботи здобувача освіти є потужним засобом розвитку критичного мислення, творчих здібностей, навичок самоорганізації, а також мотивації студентів. *Перспективи подальшого дослідження* вбачаємо у розробці дієвих способів розвитку дискурсивної компетенції здобувачів освіти. Важливим напрямком дослідження також є аналіз труднощів під час написання дослідницьких текстів більшого обсягу.

Список літератури

- Коваль А. П. Науковий стиль сучасної української літературної мови: структура наукового тексту. Київ : Вид-во Київ. держ. ун-ту, 1970. 307 с.
- Колоїз Ж. В. Основи академічного письма : практик. Кривий Ріг : ФОП Маринченко С.В., 2019. 178 с.
- Короткіна І. Б. Теорія і практика навчання академічному письму в зарубіжних і вітчизняних університетах : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01. Москва, 2018. 36 с.
- Кравець О. Є., Свириденко І. М. Використання адаптивної технології на заняттях з іноземної мови у ВНЗ при вивченні сучасних норм академічного письма. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2016. Р. 15–18. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/22364> (дата звернення: 12.01.2021).
- Панова Л. С. Методика навчання іноземних мов у загальноосвітніх навчальних закладах : підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. 328 с.
- Ревуцька С. К., Зінченко В. М. (уклад.) Академічне письмо: навч. посібн. Кривий Ріг, 2019. 130 с.
- Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. К. : ВІД «Академія», 2010. 240 с.
- Смирнова Н. В. Академічна грамотність і письмо в вузі: від теорії до практики. *Высшее образование в России*. 2015. №6. С. 58–64.
- Тарнопольський О. Б., Кожушко С. П. Методика навчання студентів вищих навчальних закладів письма англійською мовою. Вінниця : Нова книга, 2008. 288 с.
- Яхонтова Т. В. Основи англійського наукового письма : навч. посібник для студентів, аспірантів і науковців. Вид 2-ге. Львів : ПАІС, 2003. 220 с.
- Catterall, S & Ireland, C. Developing writing skills for international students: Adopting a critical pragmatic approach. *Practice and Evidence of the Scholarship of Teaching and Learning in Higher Education*, 2010.vol. 5. No. 2. Pp. 98–114.

Ramage J. D., Bean J. C., Johnson J. The Allyn & Bacon Guide to Writing. (8th Edition). Pearson, 2017. 656 p.
McWilliams, Robyn and Allan, Quentin, Embedding Academic Literary Skills: Towards a Best Practice Model, *Journal of University Teaching and Learning Practice*/ 2014. Volume 11. Issue 3. Available at: <http://ro.uow.edu.au/jutlp/vol11/iss3/8>

References

Koval, A. P. (1970). *Naukovii styl suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy: struktura naukovooho tekstu* [Scientific style of modern Ukrainian literary language: the structure of scientific text]. Kyiv: Vydavnistvo Kyivskogo derzhavnogo universitetu.

Koloiiz, Zh. V. (2019). *Osnovy akademichnogo pysma: praktykum* [Basics of academic writing : a tutorial]. Kryvyi Rih: FOP Marynchenko S. B.

Korotkina, I. B. (2018). *Teoriia i praktyka obuchenia akademicheskomy pismu v zarubezhnykh i otechestvennykh universitetakh: avtoref dys. ... d-ra ped.nauk : 13.00.01*. [Theory and practice of teaching academic writing in foreign and domestic universities : author's abstract. diss. for a doctorate degree: 13.00.01]. Moscow.

Kravets, O. E., Svyrydenko, I. M. (2016). *Vykorystannia adaptivnoyi tehnologii na zaniattiah z inozemnoii movy u VNZ pry vyvchenni suchasnykh norm akademichnogo pysma* [Using adaptive technology at foreign language lessons in higher educational institutions while learning modern norms of academic writing]. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/22364>.

Panova, L. S. (2010). *Metodyka navchannia inozemnykh mov u zagalnoosvitnih navchalnykh zakladah: pidruchnyk* [Methods of foreign language teaching in comprehensive educational institutions: a textbook]. Kyiv: Vydavnychui tsentr "Akademia".

Revutska S. K., Zinchenko V. M. (uklad.). (2019). *Akademichne pismo: navch. posibnyk* [Academic writing: a tutorial]. Kryvyi Rih.

Semeniuk, O. A., Parashchuk, V. Yu., (2010). *Osnovy teorii movnoii komunikatsii: navch. posib.* [Basics of the theory of speech communication]. Kyiv: "Akademia". (In Ukrainian).

Smirnova, N. V. (2015). Akademicheskaiia gramotnost i pismo v vuze: ot teorii k praktike. *Vyshee obrazovanie v Rossii. 6*. [Academic literacy and writing in universities: from theory to practice. *Higher education in Russia, 6*].

Tarnapolskii, O. B., Kozhushko, S. P. (2008). *Metodyka navchannia studentiv vyshchyykh navchalnykh zakladiv pysma angliiskoiu movoiu* [Methods of teaching English writing to students of higher educational establishments]. Vynnytsa : Nova knyha.

Iahontova, T. V. (2003). *Osnovy anglo-movnoho naukovooho pysma: Navch. posibnyk dlia studentiv, aspirantiv i naukovtsiv* [Basics of English academic writing: a tutorial for undergraduate and postgraduate students and scientists]. Lviv: PAIS.

Catterall, S & Ireland, C. (2010). Developing writing skills for international students: Adopting a critical pragmatic approach. *Practice and Evidence of the Scholarship of Teaching and Learning in Higher Education*, 2010.vol. 5. No. 2. Pp. 98–114.

Ramage, J. D., Bean, J. C., Johnson, J. (2017). The Allyn & Bacon Guide to Writing. (8th Edition). Pearson.

McWilliams, R. and Quentin, A. (2014). Embedding Academic Literary Skills: Towards a Best Practice Model, *Journal of University Teaching and Learning Practice*/ 2014. Volume 11. Issue 3. Available at: <http://ro.uow.edu.au/jutlp/vol11/iss3/>.

УДК 81.111'373.611

DISTRIBUTIVE CHARACTERISTICS OF COMBINING FORMS IN MODERN ENGLISH ДИСТРИБУТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМБІНУВАЛЬНИХ ФОРМ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Олена КРУГЛІЙ, Оксана ЧЕРНЯК

Волинський національний університет імені Лесі Українки

kruhlij.olena@vnu.edu.ua, cherniak.oksana@vnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0001-6346-8821, ORCID ID 0000-0002-3848-0690

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.156-166>

The article is devoted to the study of distributive characteristics of combining forms in Modern English. The material of the study is words and terms taken from the Modern English dictionaries. A number of general scientific (analysis, synthesis, induction, deduction, observation, classification, systematization), as well as purely linguistic methods (method of continuous sampling from lexicographic sources, lexico-semantic analysis, study of vocabulary definitions, contextual interpretation) is applied. The morpheme structure of derivatives with these formants is considered. The positions of the studied units in the morpheme structure of the word are analyzed, as well as the classes of morphemes that are in contact with them. The ways of word formation with the participation of combining forms in Modern English word formation and term formation are singled out. It is revealed that combining forms take an active part in terminological word formation in accordance with the existing patterns and models in the language. In derivation with the participation of the studied elements, depending on the formal means of word formation, affixation, composition and abbreviation are distinguished. The classification of distributive classes with a relatively free and fixed position in the word is given through a detailed study of the sum of all environments of combining forms, order and place, compatibility, properties of their use in relation to other elements are fixed. It was found that the studied elements are characterized by wide combinatorial possibilities, which are manifested in their ability to occupy different positions in the word, which can be relatively free or fixed. Three distributive classes are traced among combining forms the units with relatively free position in a word and fixed position. Bases and prefixes are found in the contact environment of a limited number of combining forms. The vast majority of these forms are combined with elements of the same status and suffixes. Only conditionally complex combining forms are characterized by an identical contact environment on the left and right. Combining forms are mainly characterized by the environment of units with the same status as them (right and left) and suffix environment. A characteristic feature of these elements' compatibility is the absence of grammatical affixes among the morphemes adjacent to them, and the limited number of prefixes and root morphemes among their contact environment. It seems promising to expand the scope of the study by studying these derivational forms, which function in different terminological systems and in different styles of texts in Modern English. The comparison of combinatorial forms in different modern languages is of particular interest.

Key words: combining form, distribution, distributive category.

Статтю присвячено вивченню дистрибутивних характеристик комбінувальних форм у сучасній англійській мові. Матеріалом цього дослідження слугують слова та терміни, отримані із сучасних словників англійської мови. У роботі застосовано низку загальнонаукових (аналіз, синтез, індукція, дедукція, спостереження, класифікація, систематизація), а також суто лінгвістичних методів (метод суцільної вибірки з лексикографічних джерел, лексико-семантичний аналіз, вивчення словникових дефініцій, контекстуальна інтерпретація). Розглянуто морфемну структуру дериватів із цими формантами. Проаналізовано позиції досліджуваних одиниць у морфемній структурі слова, а також класи морфем, які знаходяться із ними в контакті. Виокремлено способи творення слів за участі комбінувальних форм у сучасному англійському словотворенні та термінотворенні. Виявлено, що комбінувальні форми беруть активну участь у термінологічному словотворі згідно з існуючими в мові зразками й моделями. У деривації за участю досліджуваних елементів залежно від формальних засобів словотвору виокремлено афіксацію, композицію та аббревіацію. Подано класифікацію дистрибутивних класів із відносно вільною і фіксованою позицією у слові через детальне дослідження суми всіх оточень, у яких зафіксовані комбінувальні форми, порядок і місце, сполучуваність, властивості їх уживання щодо інших елементів. Виявлено, що досліджуваним елементам властиві широкі комбінаторні можливості, що проявляються у їх здатності займати різні позиції у слові, яка може бути відносно вільною або фіксованою. Серед позиційно відносно вільних і позиційно фіксованих комбінувальних форм простежено по три дистрибутивні класи. Основи та префікси зустрічаються у контактному оточенні обмеженої кількості комбінувальних форм. Переважна більшість цих формантів сполучається із елементами того ж статусу та суфіксами. Лише умовно складні

комбінувальні форми характеризуються ідентичним контактним оточенням зліва та справа. Комбінувальні форми в основному характеризуються оточенням одиниць із таким же статусом, як і вони (справа та зліва) та суфіксальним оточенням. Характерна особливість сполучуваності цих елементів – це відсутність граматичних афіксів серед морфем, що межують із ними, та обмежена кількість префіксів і кореневих морфем серед їхнього контактного оточення. Перспективним видається розширення рамок дослідження за рахунок вивчення цих дериваційних формантів, які функціонують у різних терміносистемах та в різностильових текстах сучасної англійської мови. Особливий інтерес становить зіставлення комбінувальних форм у різних мовах.

Ключові слова: комбінувальна форма, дистрибуція, дистрибутивний клас.

Вступ. Багатогранний аналіз словотвірної системи мови та її окремих ділянок характерний для лінгвістичних пошуків останніх років. За порівняно короткий час дериватологія пройшла не лише етапи становлення і досить інтенсивного розвитку, але й перетворилась у провідну галузь лінгвістики. У сучасній дериватології значну кількість досліджень присвячено вивченню системи словотвору – сукупності певних елементів у їх ієрархічних взаємозв'язках; механізмів організації мовних рівнів, різних моделей і способів утворення лексики. Багато робіт окреслюють джерела та шляхи поповнення словникового складу англійської мови, аналізують функціонування системних і асистемних явищ у словотворі, вивчають закономірності творення нової лексики та фактори її усталеності, основні тенденції розвитку словникового складу в цілому (Азарова, 2002; Гармаш, 2005; Єнікєєва, 1999; Зацний, 1999; Клименко, 1984 та інші). У світлі найновіших тенденцій розвитку лінгвістичної науки сучасні розвідки мовознавців орієнтовано на цілісне вивчення системних зв'язків, закономірностей розвитку та функціонування об'єктів мови. В цьому контексті набуває актуальності поглиблений аналіз дистрибутивних характеристик комбінувальних форм саме на сучасному етапі розвитку англійської мови.

Огляд літератури (Гороть і Малімон, 2012; Круглій, 2011; Круглій, 2016; Полухіна, 2001; Сандій, 2018, Тилембулова, 2000; Хмелик, 1972) доводить, що не усі параметри комбінувальних форм висвітлено докладно, існують різноманітні підходи, класифікації, розбіжності у презентації і визначенні статусу, характеристик цих елементів. Як свідчать результати проведеного нами дослідження, специфіка цих формантів полягає саме у дистрибуції – позиції у морфемній структурі слова, у класах морфем, які контактують із ними. *Метою дослідження* є аналіз усіх дистрибутивних характеристик комбінувальних форм у сучасній англійській мові. Сформульована мета роботи передбачає вирішення таких завдань: відстежити методом суцільної вибірки та проаналізувати сучасні англомовні лексичні одиниці, створені за участі комбінувальних форм; вивчити морфемну структуру дериватів із цими формантами та простежити позиції досліджуваних одиниць у морфемній структурі слова, а також класи морфем, які знаходяться із ними в контакті; виокремити способи творення слів за участі комбінувальних форм та класифікувати дистрибутивні класи.

Методи дослідження. У статті використано комплекс загальнонаукових (аналіз, синтез, індукція, дедукція, спостереження, класифікація,

систематизація), а також суто лінгвістичних методів: метод суцільної вибірки з лексикографічних джерел і онлайн-ресурсів, лексико-семантичний аналіз. вивчення словникових дефініцій, контекстуальна інтерпретація.

Результати та обговорення. Як свідчать результати проведеного нами дослідження, специфіка цих формантів полягає саме у дистрибуції – позиції у морфемній структурі слова, у класах морфем, які знаходяться з ними в контакті. Під дистрибуцією мовного елемента розуміємо суму всіх оточень, у яких він зафіксований, порядок і місце, сполучуваність, властивості його вживання щодо інших елементів (Степанов, 2002, с. 203). Об'єктом аналізу є дериваційні елементи перехідного типу переважно класичного походження і деривати з цими формантами, зафіксовані в тлумачних словниках сучасної англійської мови. Це морфеми *acet(o)-*, *-blast*, *cephal(o)-*, *-carp*, *derm(o)-*, *ec(o)-*, *epi-*, *graph(o)-*, *-dermic*, *-lith*, *phot(o)-*, *-phyll*, *radi(o)-*, *tele-*, *techn(o)-* та ін. Комбінувальні форми відзначаються не лише продуктивністю, а й високою частотністю при термінотворенні, стали однією з елементних підсистем англійського словотвору, не мають самостійно функціонуючих корелятивів, по-різному функціонують у мові, різняться у структурному та семантичному відношеннях – все це призводить до відсутності єдиної думки щодо цих елементів.

Неоднорідність будови, семантики та генези досліджуваної елементної підсистеми англійського словотвору наводить деяких дослідників на думку, що слова типу *telephone*, *telegraph*, *biology*, які містять комбінувальні форми, не підлягають членуванню і отже, є простими. Підставою такого висновку є той факт, що жоден із компонентів, який входить до складу подібних лексем, не можна кваліфікувати як кореневу морфему і співвіднести з будь-яким самостійним словом. Так зроблено узагальнення, що всю інтерлексеми утворює лише одна коренева морфема (Земська, 2011).

Дослідження морфемної та словотвірної структури слів цього типу показало, що найважливіша умова виокремлення подібних елементів – це функціонування виділених відрізків слів із однаковим значенням у різних лінгвістичних оточеннях, оскільки не завжди співвіднесення із самостійним словом є обов'язковою умовою віднесення морфеми до класу корневих. Саме існування структурно однотипних слів уможливує виокремлення в словах мінімальних значимих одиниць. Але морфемний аналіз інтерлінгвізмів не дає нам повного уявлення про функцію того чи іншого компонента слова при творенні нових лексем та про те, які значущі сегменти безпосередньо беруть участь у словотворенні. Ці питання можна з'ясувати лише за допомогою словотвірної аналізу.

О. Н. Полухіна пропонує застосовувати додатковий критерій при поділі інтерлінгвізмів: “Якщо в результаті морфемного членування лексеми виділяється морфема, що не має словникового еквівалента, а елемент, що залишився, або відповідає будь-якій похідній основі, або функціонує хоча б іще в одному слові, то такий поділ можна вважати правильним (наприклад, інтерлінгвізм *telescope* можна поділити на словотвірні елементи *tele-* та *-scope*, бо існують аналогічні інтерлексеми, що утворюють цілі словотвірні ряди: *telephone*, *telegraph*, *telescope*, *microscope*, *stethoscope*” (Полухіна, 2001, с. 7).

Встановлення характерних рис словотвірної системи мови неможливе без виділення класів одиниць цієї системи. Аналіз дистрибутивного оточення комбінувальних форм був би неповним без визначення тих груп морфем, які вступають із ними у контакт. Врахувавши принципи морфемного членування слова, ми піддали аналізу деривати, які містять у своєму складі комбінувальні форми. Внаслідок цього було виокремлено такі групи морфем (при цьому застосовуємо такі умовні скорочення: cf – комбінувальна форма, L – основа, L – скорочена основа, prf – префікс, sf – суфікс):

- 1) cf + sf: *acetal, adenine, arborist, calcify, chromize, dentist, fibrinosis, otitis*;
- 2) cf + L: *adenovirus, aerobrake, laryngospasm, pseudofruit, telenovel*;
- 3) cf + L abr: *acro- + (dia)lect → acrolect, cyclo- + (pano)rama → cyclorama*;
- 4) prf + cf: *amorphous, anopia, cataphyll, epiblast, epicarp, periscope*;
- 5) cf + sf + sf: *arborization, blastulation, carbolic, cerebroside, cytosine*;
- 6) cf + L + sf: *acetanilide, cholesterol, chrysarobin, cyberlacker*;
- 7) cf + prf + L: *chemoprophylaxis, autoantibody*;
- 8) cf + L abr + sf: *carb- + am(ide) + -ate → carbamate*;
- 9) prf + cf + sf: *dysarthria, metaencephalon, paramastoid, polysaccharide*;
- 10) cf + L abr + L abr + sf: *indo- + meth(yl) + ac(etic) + -in → indomethacin*;
- 11) cf + L abr + L abr + L abr + L abr: *dextro- + a(lpha) + m(ethyl) + phe(nol) + (hyl)amine → dextroamphetamine*;
- 12) cf + cf: *astrology, martylogy, piezometer, rhizopod, troposphere, zymogen*;
- 13) cf + cf + sf + sf: *pathologically, ribonucleoside*;
- 14) cf + cf + sf: *androgenize, carbazole, haemoangioma, rhomboencephalon*;
- 15) cf + cf + L: *cytomegalovirus, ribonucleoprotein*;
- 16) cf + prf + cf + sf: *autocatalytic, lipopolysaccharide, hystocatalepsy*;
- 17) cf + cf + L abr + L abr: *di- + chlor + v(inyl) + (ph)os(phate) → dichlorvos*;
- 18) cf + L abr + cf + L: *di- + phen(yl) + hydr- + amine → diphenhydramine*;
- 19) L abr + cf + cf: *B-lymphocyte, T-lymphocyte*;
- 20) cf + cf + cf: *angiocardiology, anisometropia, phonocardiogram*;
- 21) cf + cf + cf + sf: *astrophotography, benzodiazepine, rhabdomyosarcoma*;
- 22) cf + cf + cf + L: *centimetergramsecond*;
- 23) cf + cf + cf + cf: *neuropsychimmunology*.

Таким чином, морфемний аналіз дериватів із комбінувальними формами, доводить некоректність висновку про неподільність цих слів. Отже, ми погоджуємося із тими вченими, котрі вважають, що такі деривати підлягають морфемному членуванню (Беляєв, 1990; Полухіна, 2001; Тилембулова, 2000). Встановлення характерних рис словотвірної системи мови недоцільне без виділення способів творення слів. Проаналізувавши виокремленні у нашому дослідженні групи морфем, робимо висновок, що комбінувальні форми беруть активну участь у термінологічному словотворі згідно з існуючими в мові зразками й моделями. У деривації за участю досліджуваних елементів залежно від формальних засобів словотвору виокремлюємо афіксацію, складання, або композицію та аббревіацію.

У процесі афіксації комбінувальні форми можуть сполучатися із суфіксами та префіксами, напр.: *acetal, calcify, dentist, amorphous, cataphyll, epicarp*; при

складанні – із основами, напр.: *autoantibody, adenovirus, laryngospasm, pseudofruit, androgenize, cytomegalovirus*. Аббревіатури, що містять комбінувальні форми в своєму складі, можуть бути утворенні шляхом поєднання в одному слові декількох слів, що скорочуються до кореня чи основи, або до кількох складів, напр.: *acrolect, cyclorama, diphenhydramine, carbamate* та до окремих букв, напр.: *B-lymphocyte, T-lymphocyte*. Скорочення першого типу відносять до часткових аббревіатур, другого – до ініціальних. Учені виділяють також комбінувальні слова-аббревіатури, що поєднують особливості часткових та ініціальних скорочень (Клименко, 1984, с. 3). У нашій роботі також зафіксовані деривати-аббревіатури цього типу, напр.: *dichlorvos, dextroamphetamine*.

Досліджуваним елементам властиві широкі комбінаторні можливості, що проявляються у їх здатності займати різні позиції у слові, яка може бути відносно вільною або фіксованою. Усі комбінувальні форми поділяються на одиниці з відносно вільною позицією у слові (першою або останньою) та фіксованою (першою або лише останньою або завжди середньою у словотвірній моделі). Серед позиційно відносно вільних комбінувальних форм виділяємо три дистрибутивні класи:

а) комбінувальні форми, що займають як початкову, так і середню позицію, напр.: **anthro-**: *anthropogenic, anthropology, Palaeoanthropology*; **bio-**: *biome, biology, ecobiology*; **geo-**: *geophysics, geophagy, phytogeography*;

б) комбінувальні форми, що займають як початкову, так і кінцеву позицію, напр.: **dactyl-/dactyl-**: *dactylogram, dactylology, tridactyl, zygodactyls*; **gonio-/gon-**: *decagon, heptagon, goniometry*;

в) комбінувальні форми, що можуть займати початкову, середню та кінцеву позицію, напр.: **meter-/meter-**: *metrology, fluorometer, eudiometry*; **carp-/carp-**: *carpogonia, monocarp, mezocarpic*; **cyst-/cyst-**: *cystitis, cystolith, dacryocystography, blastocyst*.

Позиційно фіксовані комбінувальні форми представляють також три дистрибутивні класи:

а) комбінувальні форми, що займають початкову позицію, напр.: **aceto-**: *acetal, acetyl, acetogenic, acetoaminophen*; **bacci-**: *bacciferous, bacciform*; **halo-**: *halophyte, halogen, haloform, halocarbon*;

б) комбінувальні форми, що займають середню позицію, напр.: **-ectom-**: *gastroectomy, nephroectomy, splenoectomy*; **-nom-**: *agronomy, astronomy, radioastronomy, taxonomy, telonomy*; **-manc-**: *bibliomancy, chiromancy, oneiromancy, necromancy, rhabdomancy*;

в) комбінувальні форми, що займають кінцеву позицію, напр.: **-yl-**: *amyl, benzyl, ethyl, tolyl*.

Аналіз дистрибутивних класів досліджуваних елементів показав, що прості комбінувальні форми можуть займати різні позиції у слові – відносно вільну або фіксовану. Складні комбінувальні форми суфіксального типу знаходяться лише в кінці дериваційної моделі, напр.: *exogenous, sporogenous, dihedral, holohedral, rhombohedral*. Умовно складні форманти займають завжди лише середню позицію у лексемі, напр.: *bibliomancy, oneiromancy, necromancy, rhabdomancy*. Складні комбінувальні форми безсуфіксального типу перебувають лише у препозиції, напр.: *dichlorobenzene, dichloroethane, dihydroergotamine, dihydrotestosterone*.

Слід зауважити, що віднесення комбінувальних форм до дистрибутивного класу не є свідченням того, що ці форманти мають ідентичне контактне оточення. Під контактним оточенням розуміємо ті класи морфем, які, як правило, оточують комбінувальну форму (Хмелик, 1972, с. 10). Проілюструємо це на прикладах. Такі групи комбінувальних форм, як 1) *acet(o)-, bacci-, lip(o)-, maxi-*; 2) *angi(o)-, az(o)-, is(o)-*; 3) *dactyl(o)- / -dactyl, goni(o)- / -gon, mer(o)- / -mer*; 4) *cysto-/ -cyst*; 5) *-gram, -fest, -lyse*; 6) *-ectom-, -nom-, manc-* складають певні дистрибутивні класи, проте їх контактне оточення відмінне:

1) комбінувальні форми, що трапляються лише на початку слова:

acet-al	bacci-fer-ous	lip-oma	maxi-form
acet-on	bacci-form	lip-oid	maxi-shirt
acet-yl		lip-o-protein	maxi-problem
acet-o-gen-ic		lip-o-phil-ic	
acet-amin-o-phen		lip-o-lys-is	
acet-anil-ide		lip-o-poly-sacchar-ide	

2) комбінувальні форми, що виявляються на початку та в середині слова:

angi-oma	az-ine	is-o-mer
angi-o-cardi-o-graph-y	az-o-thi-o-prine	is-o-bar
angi-o-graphy	pent-az-o-oct-ine	is-o-geo-therm
angi-o-sperm-ous	is-o-ni (cotinic)	(hydr)az(ine)-ide
angi-o-(hyper)tens(ion)-in		stere-o-is-o-mer
haem-o-angi-oma		pant-is-o-mer
lymph-o-angi-o-cardi-o-graph-y		pant-is-o-crac-y

3) комбінувальні форми, що зустрічаються на початку та в кінці слова:

dactyl-o-gram	mer-o-blast-ic	gon-i-odont
dactyl-o-graph-y	mer-o-morph-ic	gon-i-o-meter
dactyl-o logy	mer-o-(acro)nym	gon-i-ometry
tri-dactyl	is-o-mer	gon-i-on
poly-dactyl		penta-gon
zygo-dactyl		deca-gon

4) комбінувальні форми, що вживаються на початку, в середині та в кінці слова:

blast-o-cyst
spor-o-cyst
cyst-it is
cyst-o-carp
dacry-o-cyst-o-graph-y
dacry-o-cyst-itis

5) комбінувальні форми, що використовуються лише в кінці слова:

epi-gram	electr-o-lyse
lip-o-gram	plasm-o-lyse

cardi-o-gram

pyr-o-lyse

nano-gram

hist-o-gram

б) комбінувальні форми, що зафіксовані лише в середині слова:

nephro-ectom-y

agr-o-nom-y

bibli-o-manc-y

gastr-o-ectom-y

astr-o-nom-y

chir-o-manc-y

splen-o-ectom-y

radi-o-astr-o-nom-y

oneir-o-manc-y

tax-o-nom-y

necr-o-manc-y

tel-o-nom-y

rhabd-o-manc-y

Можна зробити висновок, що ідентичне контактне оточення притаманне лише умовно простим комбінувальним формам. Класифікація комбінувальних форм за дистрибутивними класами характеризує ці одиниці лише за позицією у слові, а їх оточення різняться у межах одного класу. Це видно із зведеної таблиці (див. таблицю 1).

Таблиця 1

Зведена таблиця дистрибутивних класів комбінувальних форм

№ з з/п	лівостороння валентність			Позиція в слові	правостороння валентність			
	L	prf	cf		cf	Sf	Prf	L
1.	-	-	-	<i>acet (o)-</i> <i>bacci-</i> <i>lip (o)-</i>	+	+	-	+
	-	-	-		+	-	-	+
	-	-	-		+	+	+	+
2.	-	-	+	<i>az (o)-</i> <i>angi (o)-</i> <i>is (o)-</i>	+	-	-	+
	-	-	+		+	+	-	+
	-	-	+		+	+	+	+
3.	-	+	+	<i>dactyl (o)- / -dactyl</i> <i>goni (o)- / -gon</i> <i>mer (o)- / -mer</i>	+	-	-	+
	-	-	+		+	+	-	-
	-	+	+		+	-	-	-
4.	+	-	+	<i>cyst (o)- / -cyst</i> <i>cyt (o)- / -cyte</i> <i>pod (o)- / -pod</i>	+	+	-	-
	-	-	+		+	-	-	+
	-	-	+		+	+	-	-
5.	-	+	+	<i>-gram</i> <i>-fest</i> <i>-lyse</i>	-	-	-	-
	+	-	-		-	-	-	-
	-	-	+		-	-	-	-
6.	-	-	+	<i>-ectom-</i> <i>-manc-</i> <i>-nom-</i>	-	+	-	-
	-	-	+		-	+	-	-
	-	-	+		-	+	-	-

Як бачимо з таблиці 1, основи та префікси зустрічаються у контактному оточенні обмеженої кількості комбінувальних форм. Переважна більшість цих формантів сполучається з елементами того ж статусу та суфіксами. Лише умовно складні комбінувальні форми (*-ectom-*, *-manc-*, *-nom-*) характеризуються ідентичним контактним оточенням зліва та справа.

Висновки. Таким чином, специфіка комбінувальних форм полягає у їх дистрибуції – позиції у морфемній структурі слова та у класах морфем, які

знаходяться з ними в контакті. У нашому дослідженні виділяємо комбінувальні форми з умовно вільною позицією у слові (такі, що обирають першу або останню позицію у слові) та з фіксованою позицією у слові (такі, що обирають лише першу або лише останню позицію або завжди знаходяться посередині слова).

Комбінувальні форми беруть активну участь у словотворі англійської мови відповідно до існуючих у ній зразків і моделей. Процес деривації за участю досліджуваних елементів, залежно від формальних засобів словотвору, поділяємо на афіксацію, складання або композицію та аббревіацію. Комбінувальні форми в основному характеризуються оточенням одиниць із таким же статусом, як і вони (справа та зліва) і суфіксальним оточенням. Характерна особливість сполучуваності цих елементів – це відсутність граматичних афіксів серед морфем, що межують із ними, та обмежена кількість префіксів і кореневих морфем серед їхнього контактного оточення.

Отримані результати не вичерпують усієї проблематики. Перспективним видається розширення рамок дослідження за рахунок вивчення цих дериваційних формантів, які функціонують у різних терміносистемах та в різностильових текстах сучасної англійської мови. Особливий інтерес становить зіставлення комбінувальних форм у різних мовах.

Список літератури

Беляев Р. С. Ономаσιологический анализ греко-латинских терминологических элементов (на материале латинской клинической терминологии) : автореф. дис. на канд. филол. наук. Киев, 1990. 24 с.

Горько С. І., Малімон Л. К. Комбінувальна форма як складник дериваційної системи англійської мови. *Науковий вісник волинського національного університету імені Лесі Українки* : Філологічні науки. Мовознавство. 2012. № 24. С. 168–172.

Гармаш О. Л. Система словотвору англійської мови та інноваційні процеси літературознавства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. Запоріжжя, 2005. 21 с.

Єнікєєва С. М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. Харків, 1999. 16 с.

Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук. Запоріжжя, 1999. 32 с.

Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование: учеб. пособие. 3-е изд., испр. и доп. Москва : Флинта, Наука, 2011. 328 с.

Клименко Н.Ф. Словотворча структура і семантика складних слів у сучасній українській мові. Київ : Наукова думка, 1984. 251 с.

Круглій О. Р. Джерела та шляхи запозичення комбінувальних форм (на прикладі сучасної англійської мови). *Наукові записки*. Випуск 95. Серія: Філологічні науки (мовознавство): у 2 ч. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. С. 324–328.

Круглій О. Р. Внутрішньовалентні характеристики постпозиційованих комбінувальних форм у сучасній англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна» : збірник наукових праць / укладачі І. В. Ковальчук, Л. М. Коцюк, С. В. Новоселецька. Острого : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. Вип. 55. С. 129–132.

Круглій О. Р. Комбінувальні форми як когнітивний код. *Нова філологія*. Збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗНУ, 2011. № 45. С. 65–67.

Круглій О. Р. Комбінувальні форми як матеріальна субстанція змісту наукових понять (на прикладі сучасних англійської і німецької мови). *Науковий Вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія „Філологічні науки”. Луцьк : РВВ “Вежа-Друк” СНУ ім. Лесі Українки, 2016. Вип. 6 (331). С. 274–280.

Полухина О. Н. Терминообразование на базе греко-латинских терминологических элементов в стоматологической терминологии (на материале французского языка) : автореф. дис. ... докт. филол. наук. Саратов, 2001. 19 с.

Сандій Л. В. Словотвірна неонімінація в англійській мові сфери економіки. *Львівський філологічний часопис*. 2018. № 3. С. 228–233.

Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. Изд. 3-е, стереотипное. Москва : Эдиториал, УРСС, 2002. 312 с.

Тилембулова С. Н. Трансформированные корневые морфемы (на материале русских префиксоидов и их аналогов в английском и казахском языках) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2000. 19 с.

Хмелик Л. Я. Комбинирующаяся форма в системе средств английского словообразования : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 1972. 23 с.

References

Beliaev, R. S. (1990). *Onomasyolohycheskyi analiz hreko-latynskykh terminoelementov (na materyale latynskoi klynnycheskoi terminolohyy)* [Onomasiological Analysis of Greco-Latin Terminological Elements (based on Latin Clinical Terminology)]. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv.

Horot, Ye. I., Malimon, L. K. (2012). Kombinuvalna forma yak skladnyk deryvatsiinoi systemy anhliiskoi movy [Combining Form as a Derivation System Component in English]. *Naukovyi visnyk volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi ukrainky*: Filolohichni nauky. Movoznavstvo, № 24, 168–172.

Harmash, O. L. (2005). *Systema slovtvoru anhliiskoi movy ta innovatsiini protsesy literaturoznavstva* [English Word Formation System and Innovative Processes of Literary Studies]. Extended abstract of candidate's thesis. Zaporizhzhia.

Ienikieieva, S. M. (1999). *Formuvannia ta funktsionuvannia novykh slovtvorchykh elementiv anhliiskoi movy* [Formation and Functioning of New Word-forming Elements of the English Language]. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv.

Zatsnyi, Yu. A. (1999). *Rozvytok slovnykovoho skladu anhliiskoi movy v 80-ti – 90-ti roky XX stolittia* [The Development of the Vocabulary of the English Language in the 80's – 90's of the Twentieth Century]. Extended abstract of doctor's thesis. Zaporizhzhia.

Zemskaja, E. A. (2011). *Sovremennyyi russkyi yazyk* [Modern Russian Language.] Slovoobrazovanye: ucheb. posobyе. 3-e yzd., yspr. y dop. Moskva: Flynta, Nauka.

Klymenko, N. F. (1984). *Slovtvorcha struktura i semantyka skladnykh sliv u suchasniy ukrainskii movi* [Word-forming Structure and Semantics of Complex Words in the Modern Ukrainian Language]. Kyiv: Naukova dumka.

Kruhlij, O. R. (2011). Dzherela ta shliakhy zapozychennia kombinuvalnykh form (na prykladi suchasnoi anhliiskoi movy) [Sources and Ways of Combining Forms Borrowing (on the Example of Modern English)]. *Naukovi zapysky*. Vypusk 95. Seriya: Filolohichni nauky (movoznavstvo): U 2 ch. Kirovohrad: RVV KDPU im. V. Vynnychenka, 324–328.

Kruhlij, O. R. (2015). Vnutrishnovalentni kharakterystyky postpozytsionovanykh kombinuvalnykh form u suchasniy anhliiskii movi [Intravalent Characteristics of Postpositional Combining Forms in Modern English.]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Seriya «Filolohichna»: zbirnyk naukovykh prats / ukladachi I. V. Kovalchuk, L. M. Kotsiuk, S. V. Novoseletska. Ostroh: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Vyp. 55, 129–132.

Kruhlij, O. R. (2011). Kombinuvalni formy yak kohnityvnyi kod [Combining Forms as a Cognitive Code]. *Nova filolohiia*. Zbirnyk naukovykh prats. Zaporizhzhia: ZNU, № 45, 65–67.

Kruhlij, O. R. (2016). Kombinuvalnani formy yak materialna substantsiia zmistu naukovykh poniat (na prykladi suchasnykh anhliiskoi i nimetskoi movy) [Combining Forms as a Material Substance of the Content of Scientific Concepts (on the example of modern English and German).]. *Naukovyi Visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. Seriya „Filolohichni nauky”. Lutsk : RVV “Vezha-Druk” SNU im. Lesi Ukrainky, Vyp. 6 (331), 274–280.

Polukhyna, O. N. (2001). *Termynoobrazovanye na baze hreko-latynskykh termynoelementov v stomatolohycheskoi terminolohyy (na materyale frantsuzkoho yazyka)* [Term Formation Based on Greek-Latin Term Elements in Dental Terminology (based on French)]. Extended abstract of doctor's thesis. Saratov.

Sandii, L. V. (2018). Slovtvirna neonominatsiia v anhliiskii movi sfery ekonomiky [Word of Neonomy in the English Language of Economics]. *Lvivskyi filolohichnyi chasopys*, № 3, 228–233.

Stepanov, Yu. S. (2002). *Metody y pryntsyipy sovremennoi linyhvystyky* [Methods and Principles of Modern Linguistics]. Yzd. 3-e, stereotypnoe. Moskva : Edytoryal, URSS.

Tylembulova, S. N. *Transformirovannyye kornevyye morfemy (na materyale russkykh prefyksoydov y analohov v anhlyiskom y kazakhskom yazykakh)* [Transformed Root Morphemes (Based on Russian Prefixoids and Their Analogs in English and Kazakh)]. Extended abstract of candidate's thesis. Saratov.

УДК 811.11.34.

PHONOSEMANTIC PHENOMENA AS LINGUISTIC REALITIES ФОНОСЕМАНТИЧНІ ЯВИЩА ЯК МОВНІ РЕАЛІЇ

Володимир КУШНЕРИК, Тетяна САВЧУК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

w.kushneryk@chnu.edu.ua, stetsyktetiana@gmail.com

ORCID ID 0000-0003-0538-4421, ORCID ID 0000-0002-0707-8746

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.166-174>

Phonetic semantics is a phenomenon of natural involuntary phonetically motivated connection between phonemes and the non-sound signs of denotation, which underlies the nomination. In other words, the denotation of the nomination in sound imitation is represented by objects, phenomena, processes, which are characterized by the ability to form sounds that are subconsciously associated with these objects, phenomena, etc. Following the principles of sound symbolism, the denotation of the nomination is represented by objects, phenomena, processes, which are not characterized by sound production. Phonosemantics needs to take into account two aspects of the fundamental principle of an involuntary/arbitrary linguistic sign. The first involves the general relationship of phenomena and objects of reality. In the history of science, there are examples of connections that are established between seemingly incompatible phenomena. The second aspect is related to the fact that the recognition of the arbitrariness of a linguistic sign means the independence of the relationship between the signified and the signifying, which contradicts the system-wide principle of hierarchy, according to which each element of the higher system can be considered as an independent lower system. The sound complex with its meaning has a constantly changing dynamic nature. The processes that take place in language cause constant changes, and this can not but affect the connection between sound and the meaning of the word. The principle of analogy was extremely developed in the early stages of language formation. And, as a consequence of the process of sound changes ceasing, the principle of metaphorical analogy continues performing such functions, obscuring the primary connections between sound and the meaning of the lexeme. Therefore, it seems natural that sound changes are expressed in changes by analogy. Both sound change and the change by analogy involve the creative factor. The study aims to set the level of motivation of the German sound [b]. The sound under study dominates across the continuum of concepts such as water, chatter, movement and fear. Application of such modern research methods as phonosemantic, descriptive and comparative-historical analysis enabled obtaining a palette of semantic associative phonetic meanings of the sound [b]. The analysis of the German vocabulary demonstrated the sound's semantic charge at the level of both individual lexical units and the text as a whole. There are ongoing studies in the field of both Germanic and other languages.

Key words: linguistic sign, meaning, lexem, sound, sound symbolism, phonem, phonosemantics.

Фонетичний семантизм – явище закономірного недовільного фонетично вмотивованого зв'язку між фонемами та незвуковою ознакою денотата, яка лежить в основі номінації. Інакше кажучи, денотатом номінації при звуконаслідуванні є предмети, явища, процеси, яким притаманна здатність формувати звуки, що підсвідомо асоціюються з названими предметами, явищами тощо. За теорією фоносемантизму, денотатом номінації є предмети, явища, процеси, яким не властиве звукотворення. Для фоносемантики важливе врахування двох аспектів

фундаментального принципу недовільності / довільності мовного знака. Перший передбачає загальний взаємозв'язок явищ та об'єктів реальної дійсності. Історії науки відомі приклади, коли встановлюються зв'язки між, здавалося б, зовсім несумісними явищами. Другий аспект пов'язаний з тим, що визнання довільності мовного знака означає незалежність відношень між позначуваним і позначуючим, що суперечить загальносистемному принципу ієрархізації, згідно з яким кожен елемент вищої системи може розглядатися як самостійна нижча система. Звукокомплекс зі своїм значенням перебуває в постійній динаміці. Процеси, що відбуваються в мові, породжують постійні зміни, і це не може не позначитися на зв'язку звучання зі значенням слова. Метою дослідження є встановлення палітри пов'язаних з німецьким звуком [b] значень. Використання сучасних методів наукового пошуку, таких як фоносемантичний, дескриптивний та порівняльно-історичний аналіз, уможливило визначення множини семантичних асоціативних фонетичних значень досліджуваного звука. Досліджуваний звук превалює у континуумі понять 'вода', 'балаканина', 'рух' і 'страх'. Аналіз німецького вокабуляра продемонстрував наявність у цього звука семантичного навантаження на тлі як окремих лексичних одиниць, так і тексту в цілому.

Ключові слова: звук, значення, звуковий символізм, лексема, лінгвістичний знак, фоносемантика.

Вступ. Фоносемантика є доволі молодою маргінальною наукою. С. В. Воронін в 1982 році визначив мету нової наукової дисципліни – фоносемантики і ввів поняття «пантопохронія». Цей термін включає в себе такі підходи до розгляду мовних явищ загалом і звукозображальної системи мови зокрема, як просторовий – «топічний», де визначається мовний ареал, і часовий – «панхронічний», як сукупність синхронічного та діяхронічного аспектів (1982, с. 21). Використання етимологічного аналізу розкриває нові сторінки тих чи інших похідних латентних значень лексичних одиниць.

Базовими складниками фоносемантики є вчення про знак, зокрема про діалектичний зв'язок між значенням та внутрішньою формою слова, і категорія вмотивованості. Знак необхідно розглядати як єдність складників, кожен з яких привносить щось для розуміння цілого, і якщо йдеться про семантичні знаки, то кожен складник потенційно вибудовує знак у цілому. Вмотивованість служить ланкою, що формує взаємозв'язок між формою та змістом знака. Вмотивованість являє собою елемент, що забезпечує системність та надійність функціонування лексики, і лише зіставний аналіз форми і змісту семантичного знака сприяє розкриттю або виявленню їх мотивації (1982). Варто розрізняти три види вмотивованості: фонетичну (мотивація через наслідування), морфологічну (мотивація через ознаку), семантичну (мотивація через зміст). Фонетичну вмотивованість можна визначити як абсолютну (зовнішню), а інші види – як відносну (внутрішню), що може бути як морфологічною, так і семантичною. Оскільки фонетична вмотивованість мовних одиниць надто мінлива і суб'єктивна, її розділяють на два типи: за зовнішньою формою (фонетична, абсолютна, експліцитна) та за внутрішньою формою. Отже, основа фоносемантики – фонетична вмотивованість, тобто звукозображальність є властивістю слова, яка полягає в наявності необхідного суттєвого, повторюваного та відносно стійкого недовільного зв'язку між фонемами слова й ознакою об'єкта-денотата, яка вбачається в основі номінації (2004, с. 332).

Методи дослідження. Актуальність наукового пошуку полягає в отриманні додаткових даних у вирішенні дилеми: чи відповідає поняття, яке уособлює мовні одиниці, значенню слова, його зовнішній звуковій оболонці? Поряд з очевидною структурою слова існує і його невидима структура, яка, власне, і визначає механізм мови в цілому. Відомо, що звуки мови мають різний ступінь умотивованості – від прямої передачі змісту звуком, як це відбувається у звуконаслідувальних комплексах, до такого ступеня символізму, коли констатується, що звук /i/ із часів Платона асоціюється з малими розмірами. Так певні якісні, кількісні та позиційні характеристики фонем і їх сполучень регулюють можливість або неможливість екстраполяції на дану фонетичну форму тієї чи іншої ділянки семантичного спектра.

Метою наукового дослідження є аналіз звуку /b/ у німецькій мові на предмет наявності фонетичного значення як семантичного навантаження на звук а також виявлення палітри асоціативно-символічних значень подвоєного приголосного звуку /bb/ у звуконаслідувальних дієсловах німецької мови.

Матеріалом дослідження слугували прості за морфологічною структурою безпрефіксні звуконаслідувальні дієслова, відібрані методом суцільної вибірки з етимологічних, синонімічних і тлумачних словників німецької мови (<https://www.duden.de/woerterbuch>; 2004; 2002).

Результати та обговорення. У науковій літературі існують різні визначення звуконаслідувальної лексики. Звуконаслідувальна лексика передбачає, що денотатом імені виступає предмет, явище, процеси зовнішнього світу, здатні продукувати звуки. Іншими словами, фіксується закономірний зв'язок між фонемами слова і звуковою ознакою денотата, що лежить в основі номінації. Вивчення звуконаслідувальної лексики прогресує, вона досліджується у напрямках, які з певною часткою умовності можна визначити як: семіотичні, онтогенетичні, експериментально-психолінгвістичні, стилістичні, структурно-таксономічні, етимологічні, типологічні та фоносемантичні дослідження (2004).

Фоносемантичний аспект нейтральний при подібному аналізі. Фонетичний рівень, найнижчий в ієрархічній системі мови, водночас є первинним рівнем вираження, на якому на адресата справляється найбільший сенсорний вплив. Картину явища фоносемантизму можна комплексно розкрити за допомогою запропонованого С. В. Вороніним методу фоносемантичного аналізу, що складається з шести етапів, кожен з яких тією чи іншою мірою дозволяє розкрити явище звуконаслідування, визначити характер мотивації мовної одиниці (1982).

Перший етап – це «Семантика», де відбувається визначення суті звукового значення, джерела звучання. У випадку зі звуконаслідуванням ідеться про перекодування немовленнєвої інформації в мовленнєву (2011). А. Тарський наголошував на тому, що у звичайному мовленні не існує фрази, яка має точно визначене значення. Значення слів повсякденної мови зазвичай дуже складне, воно залежить не лише від зовнішньої форми слова, а й від обставин, за яких воно вживається, а іноді й від суб'єктивно психологічних факторів. Вирішальна роль тут належить асоціаціям (1978). Що стосується звуконаслідування, то ситуація ускладнюється ще й тим, що воно не було і не могло бути цілком

точним. Необхідним було лише те, щоб його могли впізнавати в реальному контексті життя ті, на кого воно було спрямоване (2014). Будь-яка думка в нашій голові поєднує в собі величезний обсяг інформації. Але коли справа доходить до передачі думки комусь іншому, мовець може переводити в слова лише частину свого повідомлення, розраховуючи на те, що слухач заповнить лакуни сам. Отже, слово – це спільний для людей символ, який діє в двох напрямках, доступний для будь-якого мовця, якому треба виразити значення через звучання і зрозуміти значення в рамках того самого коду. Чарльз Осгуд прийшов до висновку, що значеннєвий простір тривимірний і складається з *оцінки, сили і активності* – це три кити, на яких стоїть значення слів (1957).

У процесі сприйняття явищ дійсності формується їх позитивна або негативна оцінка. Така оцінка включає в себе також оцінку звуків, які *супроводжують* ці явища. Так народжується символічне значення звука, чи фонетичне значення слова. Фонетична змістовність входить до загальної семантики слова як один з її аспектів (2010). Отже, звуки мають неоднаковий ступінь мотивованості при відображенні змісту – від безпосередньої передачі звуком змісту і їх злиття в єдине фонетико-семантичне явище (ономатопи, вигуки) до такого звуку, в якому міститься натяк або вказівка на зображальність змісту.

Другий етап фоносемантичного аналізу – це «Критерії». Сюди слід віднести: 1) експресивність та емоційність; 2) образність; 3) конкретність; 4) позначення найпростіших елементів психофізіологічного універсуму людини; 5) словотворчість; 6) редуплікацію; 7) фонетичну гіпераномальність; 8) відносну однорідність форми; 9) фонетичну гіперваріативність; 10) стилістичну обмеженість. Більшість цих критеріїв дієві тільки у співвідношенні з етимологічним аналізом, оскільки у процесі мовної еволюції одиниці мови можуть втрачати свою початкову вмотивованість (2004, с. 98).

Вище зазначені критерії підтверджують те, що в мові діє рекурсивний механізм. Рекурсія є найважливішим фундаментальним поняттям теорії алгоритмів і дедалі ширше застосовується в сучасній науці. Рекурсивна модель покликана моделювати те, як суб'єкт оцінює ситуації, приймає рішення, переосмислює досвід. Під рекурсією, в широкому значенні, розуміють такий спосіб організації системи, при якому вона в окремі моменти свого розвитку може створювати власні видозмінені копії, взаємодіяти з ними і включати їх у свою структуру. Існує багатоманіття поведінки копій; вони можуть існувати і розвиватися паралельно з головною системою, зникати після закінчення функціонування, по-різному взаємодіяти. Все визначається правилами системи. Використовуючи рекурсію, можна з обмеженої кількості функціональних одиниць одержати все багатоманіття функцій (1991).

Для дослідження методом суцільної вибірки відібрано морфологічно прості безпрефіксальні звуконаслідувальні дієслова з подвоєнням приголосного /b/ в корені: *babbeln, bibbern, brabbeln, blubbern, bubbern, dibbern, knabbern, krabbeln, kribbeln, quabbeln, rabbeln, rebbeln, sabbeln, sabbern, schlabbeln, schwabbeln, schwabbern, labbern, kabbeln, robben, glibbern, kibbeln, ribbeln, rubbeln, schubben, schrubben.*

Аналіз суто «зовнішньої» форми дозволив виділити такі взаємозв'язки між цими варіантами:

1) в анлауті з'являється [r], який досить легко приєднується до інших приголосних: *babbeln – brabbeln, kabbeln – krabbeln, kibbeln – kribbeln, schubbern – schrubberrn*;

2) в анлауті з'являється [l], який так само легко приєднується до інших приголосних: *bubbern – blubbern*;

3) варіювання закінчення *eln/ern*: *schwabbeln – schwabbern, sabbeln – sabbern*;

4) варіювання кореневого голосного: *bibbern – bubbern, kribbeln – krabbeln, rabbeln – rebbeln, ribbeln – rubbeln*;

5) варіювання приголосного в анлауті: *bibbern – dibbern, sabbeln – rabbeln, sabbern – labbern, sabbeln – kabbeln*;

6) варіювання другого приголосного в анлауті: *schlabbern – schwabbern*;

7) варіювання першого з двох приголосних в анлауті: *quabbeln – schwabbeln*;

8) на початку слова з'являється додатковий приголосний: *ribbeln – kribbeln; rabbeln – krabbeln, labbern – schlabbern*;

9) варіювання кореневого *bb/rr*: *rabbeln – rappeln; knabbern – knapperrn*;

10) варіювання *b/p* в анлауті та *bb/rr* в інлауті: *babbeln – rappeln, bubbern – rupperrn*. Це варіювання пов'язане з давнім рухом приголосних, який існує поряд із зсувом приголосних, що є засобом для творення і перетворення коренів.

Третій етап фоносемантичного аналізу – «Етимологія»: пізнання слова якнайглибше з урахуванням його фонетико-семантичних корелятивів у споріднених мовах.

На цьому етапі досліджувалася етимологія звука /b/, який у звуконаслідувальному слові виражається через подвоєння /bb/. У *Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm* зазначено, що подвоєння /bb/ найдавніше у слові *die Ebbe* (Grimm J. URL: <https://woerterbuchnetz.de/>). Словник Duden подає таке: *die Ebbe – im Wechsel der Gezeiten allmählich wieder zurückgehender oder bereits zurückgegangener Wasserstand: поступово падає або вже падає рівень води в міру зміни припливів і відпливів*.

•<in übertragener Bedeutung>: eine Ebbe (ein Tiefstand) im kulturellen Leben

•<in übertragener Bedeutung>: (umgangssprachlich) im Geldbeutel ist, herrscht Ebbe (er ist leer). Стосовно походження слова зазначено: *aus dem Niederdeutschen < mittelniederdeutsch ebbe, eigentlich = das Wegfluten, zu ↑ab* (<https://www.duden.de/woerterbuch>).

Отже, виділено такі Bedeutungsgruppen: *Gewässer, Kleiner werden, Seicht, Zu wenig, Fließen, Trocken, Zurück*: *групи значень, що означають: водойми; стають меншими; неглибокими; замалими; потоками; сухими; назад*.

Наступним кроком стало дослідження дієслова *rebbeln*. Словник Duden подає таке тлумачення: *rebbeln – reiben; (mit den Fingern) zerreiben*. Стосовно походження слова зазначено: *wohl Intensivbildung zu einer landschaftlichen Nebenform von reiben*. Щодо походження дієслова *reiben* – маємо: *mittelhochdeutsch rīben, althochdeutsch rīban, ursprünglich wohl = drehend zerkleinern* (<https://www.duden.de/woerterbuch>). Перевіряючи походження дієслова *rebbeln* у *Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm*, ми

не виявили там цього дієслова. Натомість є дієслово *rebben*, яке означає *springen* (Grimm J. URL: <https://woerterbuchnetz.de/>).

Активність мови виражається в її здатності до саморозвитку, адже мовна система знаходиться в постійній динаміці і зміни відбуваються шляхом ряду операцій (1977). Подвоєння часто зустрічаються у мові, особливо у відносно первинних її формах, адже лексеми моделювали деякі акустичні ефекти створювані об'єктами номінації (<https://www.duden.de/woerterbuch>).

На нашу думку, подвоєння приголосного звука в корені звуконаслідувального слова, як свідчать наведені у роботі приклади, підсилює його фонетичне значення.

Четвертий етап – це «Екстралінгвістика»: процес встановлення мотиву номінації при співвідношенні акустичних, артикуляторних характеристик звукової оболонки етимона із сенсорно-емоційними характеристиками денотата, визнання його примарної вмотивованості. Представити екстралінгвістичні характеристики звука можемо на прикладі слова *der Rebbelwurm = die Maulwurfsgrille*. У словнику Duden слова *der Rebbelwurm* немає, як немає його і в інших словниках. *Utilité des noms scientifiques* подає назви цієї комахи різними мовами: французькою – 18 назв; нідерландською – 4 назви, англійською – 8 назв і німецькою мовою – 94 назви, що свідчать про закладання у значення цього об'єкта різноманітних аудіовізуальних ознак (www.afblum.be/bioafb/nomsvern/nomsvern.htm).

Даний об'єкт привертає увагу у німецькомовному просторі з давних-давен. У Швейцарії цю комаху називають *Halbteufel*. З точки зору звуконаслідування слід виділити такі назви, як *Werre, Gewerre, Merre, Sabbe und Rebbelwurm*, оскільки звук, який видає ця комаха, в письмових джерелах передається як «ггг». Така кількість назв пов'язана з вражаючим зовнішнім виглядом комахи та її діями у природі. Підкреслимо, що особливість цієї комахи в тому, що вона може літати (повітря), живе під землею (земля), в деревах (дерево), може плавати (вода) і видає безперервні звуки, які людина може почути за 100 метрів. Одним із методів боротьби з комахою є вогонь. Отже, маємо п'ять стихій. В японській міфології знаходимо такі рядки: «*Wann immer ein Gott oder König emporsteigt, läßt Himmel den Menschen unten zuerst ein Omen erscheinen. Zur Zeit des Strahlenden Gelben Gottes Huang Ti ließ Himmel zuerst große Regenwürmer, große Maulwurfsgrillen erscheinen. Huang Ti sprach: Erdfluidum siegt. Weil Erdfluidum siegte, schätzte er Gelb als Farbe, richtete sich im Tun nach der Erde. Als der Yü Zeit nahte, ließ Himmel zuerst Gräser und Bäume erscheinen, die im Herbst und Winter nicht verdorrten*». «Щоразу, коли бог або цар піднімається, небо посилає людям знамення. За часів сяючого жовтого бога Хуан Ті небо вперше створило великих дощових черв'яків, з'являються великі кротові цвіркуни. Хуан Ті сказав: Земна рідина торжествує. Оскільки земна рідина перемогла, він оцінив жовтий як колір і послав його на землю. Коли Ю наближав час, небо спочатку створило траву та дерева, що не в'янули восени та взимку» (http://www.uni-hamburg.de/Japanologie/noag/noag1995_8.pdf). Тут слід зауважити, що в Японії довший час помилково вважалося, що звуки видає *Regenwurm*, а не *Maulwurfsgrille*.

У німецьких народних віруваннях знаходимо таке: «*Er behext alle Gegenstände, die im Freien sind. Erst mit Sonnenaufgang weicht der Zauber. Darum*

darf kein Gegenstand, der Nachts draußen war, vor Sonnenaufgang berührt werden. Wenn man am Johannistage an einer Blume riecht, auf welcher der Krebs gesessen, oder über welche er geflogen, so bekommt man den Nasenkrebs» *«Він приворожує всі предмети, що знаходяться у відкритому просторі. Магія зникає лише зі сходом сонця. Ось чому до сходу сонця не можна торкатися жодного предмета, який був вночі ззовні. Якщо ви відчуваєте запах квітки в день літа, на якій сидів жук або над якою він літав, ви можете отримати рак носа»* (1879).

Сутністю даних спостережень є аудіальний символізм. Наведені приклади вірувань та сприйняття навколишнього світу носіями різних мов підтверджують наявність фоносемантичних явищ у мові та з континууму приголосних для передачі характерних ознак обумовленого об'єкта виділено звуки / r / та / bb/. У даному випадку мова іде про звукошумовий символізм як підвид аудіального.

Слід також коротко згадати такі вигадані фігури, якими залякували дітей, як *Vi-Ba-Butzeman, Vuhmann – Бі-Ба-Буцман, пустун*.

Вигуки так само підсилюють це положення: *Brr!* – Int. 1. als Ausdruck des Ekels oder der als unangenehm empfundenen Kälteeinwirkung; 2. Zuruf, mit dem ein Zugtier zum Stehenbleiben gebracht wird (*Брр!* – *інтерн.* 1. Як вираз огиди або наслідки холоду, що сприймаються як неприємні; 2. Крик, яким зупиняють тяглову тварину); *Baba, Bää* – Int. weist auf etwas Schmutziges, Ekelhaftes hin, was nicht angefasst, nicht getan werden soll. (*Баба, Беба* – *інтерн.*, вказує на щось брудне, огидне, чого не можна чіпати чи робити); *Bu!* – wenn man Kinder schrecken will: ich komm als höllischer Geist! *Bu!*: якщо ти хочеш налякати дітей: я приходжу пекельним привидам! *Бу!* (<https://www.duden.de/woerterbuch>).

Можемо припустити, що наведені приклади засвідчують універсальність звука [b] для передачі відчуття *страху*.

П'ятий етап – це «Типологія»: вияв у неспоріднених мовах подібних за звуковою формою фонемотипів. На цьому етапі цікавим прикладом є слово *dibbern* – leise miteinander sprechen; leise auf jemanden einreden: *тихо розмовляти між собою; говорити тихо з кимось*. Стосовно походження цього слова в словнику Duden подано таке: jiddisch, zu hebräisch *dibûr* = das Reden. Аналогічне дієслово *dibbeln* – in Reihen mit größeren Abständen säen: *сіяти рядами з більшим інтервалом*. Зазначено також, що воно походить від англійського *dibble* – *саджати щось, робити ямки в землі* (<https://www.duden.de/woerterbuch>).

На останньому, шостому, етапі дослідження, що називається «Сумарним» або фінальним, можемо стверджувати здійснений фоносемантичний аналіз дає підстави говорити, що виокремлені групи слів зі звуком /b/ вказують на асоціативно-семантичний зв'язок лексики, що містить цей звук, з таким колом понять, як: 1. Wasser – in übertragener Bedeutung – Speichel; 2. Schwatzen – viel, unbewusst, ohne Sinn reden; 3. Bewegung – hin und her; 4. Angst – 1. Вода – образно кажучи – слина; 2. Балаканина – багато, несвідомо, без сенсу; 3. Рух – вперед-назад; 4. Страх.

Висновки. Дослідження зв'язку звучання фонем з певною семантикою свідчать про функціонування фонетичного значення у мові та про об'єктивну наявність розглянутої лінгвістичної категорії, під якою розуміється сума емоцій і уявлень, викликаних звуками при реалізації як у мові, так і в мовленні, не лише

у художньому тексті, а також у позаконтекстуальному наборі окремих лексичних одиниць. Науково-експериментальні пошуки у групі германських мов продовжуються і видається необхідною подальша теоретико-практична розробка теорії фоносемантизму як із діахронічної, так і з синхронічної фонології у зіставних дослідженнях типологічних рис функціонування міжмовних фоносемантичних універсалій. Вивчення асоціативно-символічного значення фонем дозволить визначити їхню міжмовну генетичну спорідненість.

Список літератури

- Анисимов А. В. Компьютерная лингвистика для всех. Мифы. Алгоритмы. Язык. К. : Наукова думка, 1991. 197 с.
- Апресян Ю. О. Избранные труды. Т.1. Лексическая семантика. 2-е изд., испр. и доп. М. : Школа, 1995. 287 с.
- Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики: учебник. К. : ВЦ «Академія», 2012. 344 с.
- Богана Ж. Контактная лингвистика. Взаимодействие языков и билингвизм. М. : Флинта, 2010. 160 с.
- Бодуэн де Куртене И. А. Избранные труды по общему языкознанию : в 2 т. Москва : Изд-во АН СССР, 1963. Т.2. 391 с.
- Вашкявичус В. Ю. Экспериментально-теоретическое исследование вербализации и восприятие шумов : автор. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Кемерово, 2011. 20 с.
- Воронин С. В. Основы фоносемантики. Москва : Едиториал УРСС, 1982. 243 с.
- Кондратов А. М. Звуки и знаки. Москва : Знание, 1978. 208 с.
- Кушнерик В. І. Фоносемантизм у германських і слов'янських мовах. Чернівці : Рута, 2004. 370 с.
- Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посібник. К. : ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
- Семенюк О. А. Основы теории мовної комунікації : навч. посібник. К. : ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
- Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию. Москва : Прогресс, 1977. 695 с.
- Спиркин А. Г. Философия. Москва : Юрайт, 2014. 34 с.
- Степанов Ю. С. В трехмерном пространстве языка: семантические проблемы лингвистики, философии, искусства. Москва : Либроком, 2010. 336 с.
- Karl Bartsch: Sagen, Märchen und Gebräuche aus Meklenburg 1-2. Band 2, Wien. 1879/80, S. 289.
- Osgood Ch., Suci G. J., Tannenbaum P. M. The measurement of meaning. Urbana : Univerof Illinois Press, 1957. 342 p.
- Wundt W. Voelkerpsychologie. Leipzig : Verlag von J.A. Barth, 1900. Bd.1. S. 267–332.

References

- Anisimov, A. W. (1991). *Kompjutorsnaja linguistika dlja vseh. Mify. Algoritmy. Jazyk*. Kiev: Naukova dumka.
- Aprisjan, J. O. (1995). *Izbranye trudy*. T. 1. Zeksicheskaja semantika. 2-e izd. ispr. i dop. Moskwa: Schkola.
- Bacevich, F. S. (2012). *Osnovi komunikativnoï lingvistiki: pidruchnik*. K.: VC «Akademiya».
- Bahana, Sh. (2010). *Kontakntaja linguistika. Vzaimodejstvie jazykov i bilingvizm*. Moskwa: Flinta.
- Boduen de Kurtene, I. A. (1963). *Izbrannyje trudy po obchemy jazykoznaniju*: 2 T. M.: Izd. An SSSR. T. 2.
- Vashkjavichus, V. J. (2011). *Eksperimentalno-teoreticheskoje isledovanije verbalizaciji i vosprijatija shumow*: autoref. dis. kand. fild.nauk: 10.02.01. Kemerovo.
- Voronin, S. V. (1982). *Osnovy fonosemantiki*. Moskva: Editorial URSS.
- Kondratov, A. M. (1978). *Zwuki i znaki*. Moskva: Znaniye, 1978.
- Kushneryk, V. I. (2004). *Fonosemantizm u germanskic i slowjanskic mowac*. Cherniwzi: Ruta.
- Manakin, V. M. (2012). *Mova i mizhkul'turna komunikaciya: navchal'nij posibnik*. K.: VC «Akademiya», 2012.
- Semenyuk, O. A. (2010). *Osnovi teorii movnoï komunikacii: navchal'nij posibnik*. K.: VC «Akademiya», 2010.
- Sossjur, F. de (1977). *Tsudy no jazykoznaniju*. Moskwa: Progres.
- Spirkin, A. G. (2014). *Filosofija*. Moskwa: Jurait.
- Stepanov, J. S. (2010). *Wtzjocmernom prostranstwe jazyka: semanticheskije problemy linguistiki, folosofii, iskustwa*. Moskwa: Liberkom.
- Karl Bartsch (1879). *Sagen, Märchen und Gebräuche aus Meklenburg 1-2. Band 2, Wien*.
- Osgood, Ch., Suci, G. J., Tannenbaum, P. M. (1957). *The measurement of meaning*. Cerbana: Univer of Illnais Press.

Wundt, W. (1900). *Voelkerpsychologie*. Leipzig: Verlag von J.A. Barth. Bd. 1, 267–332.

Список лексикографічних джерел

Grimm J. URL: <https://woerterbuchnetz.de/>.

URL: www.afblum.be/bioafb/nomsvern/nomsvern.htm.

URL: http://www.uni-hamburg.de/Japanologie/noag/noag1995_8.pdf.

URL: <http://www.dwds.de/?qu=kabbeln>.

URL: <https://www.duden.de/woerterbuch>.

Маковский М. М. *Этимологический словарь современного немецкого языка: Слово в зеркале человеческой культуры*. Москва : Азбуковник, 2004.

Лисовская И. *Немецко-русский словарь синонимов. Тезаурус*. Москва : Оникс 21 век, 2002.

УДК 811.112.2:659.123

STRUCTURE AND FUNCTIONING OF THE ADVERTISING-TEXTS: A CASE OF GERMAN LANGUAGE ADVERTISEMENTS ОСОБЛИВОСТІ БУДОВИ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ)

**Мирослава МАЙСТРЕНКО, Петро ОСИПОВ, Наталія БУЛИК
Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського**

deutsche_sprache17@ukr.net

ORCID ID 0000-0002-9921-5997, ORCID ID 0000-0001-8013-4807,

ORCID ID 0000-0003-3422-9578

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.174-186>

The article considers the main features of the composition of advertising texts in the German-speaking environment. The search-material is based on German language women's clothing advertising from popular German online stores and magazines (e.g., "Kenwood", "ALDI", "KIK", and etc.).

The aim of this research is to study the functioning of compositional blocks in the texts of German advertising and the features of advertising texts within the German mass media discourse. The main compositional elements of the advertising text are characterized and the lexical-semantic analysis of each of its compositional parts is given.

The following methods were used: the method of linguistic observation with the following procedures of systematization and classification of linguistic facts. Structural-semantic analysis was used to determine the features of the compositional structure of the advertising text.

Despite the fact that advertising texts are small in volume, it is interesting to study their compositional structure, lexical and semantic content of each compositional component. The composition of the advertising text is optional and depends mainly on the pragmatic goals of each advertising text. It is important so speak about the semantics and pragmatics of compositional blocks. However, there is a certain structural pattern for creating advertising text, which takes into account all possible goals and intentions of the author of the advertisement.

The article pays special attention to slogans and titles, as important compositional elements of the advertising text, because they perform both informative and motivational functions. The reader learns direct information about the products being sold from the main compositional block of the advertising text. The final part of advertisement has also its pragmatic purposes and types of manifestation. The study of advertising texts leads to the conclusion that the composition of advertising text is dynamic and depends not only on the purpose of creation, but also on the model chosen for its creation.

Kew words: advertising text, compositional component, slogan, title of advertisement, pragmatics of advertising text.

У статті розглянуто основні особливості композиції рекламних текстів у німецькомовному середовищі. Матеріалом дослідження обрано тексти зі сфери рекламування жіночого одягу, створених німецькою мовою, з популярних німецьких сайтів онлайн-магазинів та журналів «Kenwood», «ALDI», «KIK» та ін.

Проведено аналіз функціонування композиційних блоків у текстах німецької реклами, досліджено особливості створення реклами в рамках німецького мас-медійного дискурсу. Охарактеризовано основні композиційні елементи рекламного тексту та, відповідно, подано лексико-семантичний аналіз кожної з його композиційних частин.

Для вирішення поставлених конкретних завдань у роботі було використано такі методи: метод лінгвістичного спостереження з наступними процедурами систематизації та класифікації мовних фактів. Методи структурно-семантичного аналізу для визначення особливостей композиційної структури рекламного тексту.

Не зважаючи на те, що рекламні тексти мають переважно невеликий обсяг, цікавим є дослідження їхньої композиційної будови та лексико-семантичного наповнення кожної композиційної складової. Композиція рекламного тексту є опціональною та залежить головним чином від прагматичних цілей конкретного рекламного тексту. Так, слід говорити про семантику та прагматику композиційних блоків. Проте, існує певний структурний шаблон для створення рекламного тексту, що враховує усі можливі цілі та інтенції автора реклами.

У статті окрема увага приділена слогану та заголовку, як важливим композиційним елементам рекламного тексту, адже вони виконують одночасно як інформативну, так і спонукальну функції. Безпосередню інформацію про товар, що продається, читач дізнається із основного композиційного блоку рекламного тексту. Заключна частина також має свою прагматичну мету і види втілення. Дослідження рекламного тексту приводить до висновку, що його композиція є динамічною і залежить не тільки від мети створення, але й від обраної для її утворення моделі.

Ключові слова: рекламний текст, композиційні блоки, слоган, рекламний заголовок, прагматика рекламного тексту.

Вступ. На сьогоднішній день реклама є об'єктом досліджень багатьох наукових студій і має відношення до різних сфер практичної діяльності людини. У межах економіки і маркетингу, наприклад, реклама розглядається як інструмент просування продукту на ринок, що забезпечує підвищення рівня його продажу. Соціологія розглядає рекламну діяльність з точки зору її громадського впливу на соціально-політичні та культурні процеси.

Особливості створення рекламних текстів уже довгий час є предметом лінгвістичного аналізу. Вони досить давно вийшли на професійний рівень, спираючись на дані психолінгвістики, лінгвостилістичного та лінгвістичного аналізу тексту. Філологічне дослідження рекламного дискурсу дає можливість робити висновки про лексичні, стилістичні, композиційні та прагматичні особливості реклами, з точки зору базової парадигми «текст – дискурс».

Слід зазначити, що у мовознавстві з'явився самостійний напрям, який отримав назву «медіалінгвістика», який в свою чергу розглядає рекламу як складову тексту масової інформації (Добросклонська, 2005). Текст є невід'ємною частиною більшості рекламних повідомлень. Він, як правило, є головним елементом, що розкриває основний зміст реклами. Тексти масової інформації, або медіа-тексти є сьогодні однією з найпоширеніших форм побутування мови,

що є актуальним для медіалінгвістики як для нового системного підходу до вивчення мови ЗМІ.

Досвідчені виробники рекламних текстів вважають, що від того, як побудовано рекламний текст і які засоби вираження у ньому використано, залежить його успішність та характер впливу на адресата, тобто потенційного покупця. Часто він лише інформує покупців про існування певної компанії та її продукцію, але цього виявляється замало, щоб здійснити успішний продаж. Необхідно створити такий текст, що сам «продавав» би, спонукав до купівлі, викликав довіру до виробника, підтверджував правильність обраного продукту (Бернадська, 2008). Усі ці факти говорять про те, що рекламні тексти створюються у своєрідній прагматичній ситуації, в центрі якої специфічна мета текстотворення та взаємодія учасників комунікації – споживача та рекламодавця.

Рекламні тексти досліджувалися переважно з огляду на прагматичні особливості їх виражальних засобів (Сіленко, 2014), у перекладацькому (Каушанська, 2015 процитована у праці Корневої, 2018, с. 61) та культурологічному аспектах (Теремко, 2002). Проте, все більше уваги дослідників привертають механізми створення, структурування та функціонування рекламних текстів у друкованих виданнях та в онлайн-комунікації.

Мета статті полягає у встановленні лексико-семантичних, а також структурно-композиційних характеристик рекламного тексту німецькомовної реклами, що визначають його специфічність як текстового типу сучасного масмедійного дискурсу. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань:

- охарактеризувати особливості організації тексту реклами в аспекті співвідношення семантики та композиційної структури;
- висвітлити особливості вживання мовних засобів при вербальній репрезентації структурних складових рекламного тексту;
- виявити основні типи комунікативних дій в процесі рекламної діяльності та визначити лексико-семантичні засоби інформування та оцінки в тексті реклами.

Актуальність даного дослідження пов'язана із виявленням основних особливостей створення та структурування рекламних текстів, з аналізом їхніх композиційних, лексико-семантичних та прагматичних особливостей.

Методи дослідження запропонованої у цій статті проблематики мають за мету аналіз композиційних та відповідно лексичних і прагматичних особливостей рекламних текстів. Тому обрано метод структурно-семантичного аналізу для визначення особливостей композиційної структури та структурування рекламного тексту за допомогою змістових композиційних блоків. Метод лінгвістичного спостереження пов'язаний із процедурами систематизації та класифікації мовних фактів: вибір спеціальної лексики, побудова речень, специфічна композиція.

Результати та обговорення. У ході дослідження було проаналізовано більше 100 текстів реклами, що публікувалися німецькою мовою на платформах онлайн-магазинів та журналів «Kenwood», «ALDI», «KIK», «ModeW», «Ernstings family», «ADLER», «NKD», «ABOUT YOU», «FASHION5», «Lesara», «C&A». Вибір матеріалу дослідження передусім зумовлений популярністю сфери виробництва та рекламування жіночої моди в сучасному німецькому суспільстві.

При цьому велику роль відіграє розвиток онлайн-торгівлі, а тому й інтернет-реклами у цій сфері.

При аналізі композиційних особливостей німецьких рекламних текстів були визначені основні можливі компоненти структури цих текстів. Деякі з цих компонентів є обов'язковими, адже забезпечують функціональність будь-яких рекламних текстів:

- слоган;
- заголовок;
- вступна частина (інформація, що підводить читача до об'єкту реклами та посилює інтерес до нього);
- дані про виробника;
- фактична інформація про об'єкт реклами (матеріал виготовлення, колір, розміри, дизайн);
- особливі переваги товару, що рекламується, з чіткою аргументацією;
- доказ запропонованої інформації із залученням оцінки людей, що вже користувалися товаром, статистичні дані про кількість вподобань та продажу товару;
- спонукання до дії придбати товар;
- пропозиція про подальше інформування споживача з приводу товару та його ефективності;
- пропозиція про консультування з приводу купівлі.

Сама композиція рекламного тексту має підводити читача до думки про позитивні якості товару, його потрібність та його переваги у порівнянні з іншими продуктами цього циклу. Незважаючи на таку розгалужену структуру текстів реклами, обсяг рекламних текстів може становити лише 100–150 слів і менше. Отже, композиція реклами має бути виваженою та вбирати тільки найважливіші, найефективніші компоненти, серед яких обов'язковими мають бути слоган та заголовок.

Слоган – так зване гасло, що передує самому тексту реклами та викликає у читача потрібні рекламодавцю позитивні емоції та думки щодо ефективності та доцільності придбання товару. Слоган – це можливість заохотити покупця, викликати у нього інтерес не лише до певного виду товару, але й до самого виробника та його підприємства. Іншими словами, слоган – це гасло компанії-виробника та демонстрація його стилю. Через це відбувається ідентифікація бренду та його назви. Успішне гасло робить можливим швидке запам'ятовування назви самого підприємства та його продукції.

Частіше за все, слогани – це перетворені крилаті вислови та прислів'я, що теж є прив'язкою до того, що покупцю видається знайомим та прийнятним, що викликає позитивні емоції, а тому й виникає позитив до товару, що рекламується. Наприклад:

Was ist besser als Denim? – Doppelt Denims! Und so trägst du's! (Maxima)

Лексична одиниця *besser* вказує на першість товару та покращення його якості і тому може сприяти продажу. До того ж при створенні гасла використовуються цитати з популярних пісень, фільмів або книг, відомі вирази

або алюзії з економіки, історії, тощо. Такі стилістичні прийоми як метафори, анафори, каламбури та афоризми є також дуже вживаними та продуктивними.

Існує багато видів слоганів, представимо деякі з них, що часто використовуються у проаналізованих рекламних текстах.

Брендовий слоган. Це універсальне гасло може одночасно з'являтися як у назві реклами, так і у самому тексті. При цьому у його структурі обов'язково є назва торгової марки, що звертає увагу реципієнта не тільки на рекламований товар, а й на виробника. Наприклад:

WILLKOMMEN BEI ASOS! Deine Adresse für Fashion und Style! (ASOS)

Корпоративний слоган-місія. Цей слоган інформативно ширший за попередній. Він показує філософію фірми. Це девіз підприємства. Наприклад, слоган німецького магазину одягу:

Staunen! Sparen! Schöner leben! (ASOS)

Super Angebote, nur heute, nur online! (ASOS)

Спостерігається використання прикметників *schöner, super*. Завдяки ним рекламодавець відкрито показує потенційному покупцю про переваги своєї продукції.

Опціонний слоган може виглядати так:

Günstige Schnäppchen bei NKD entdecken (NKD).

Він використовується спеціально для супроводу певних запланованих акцій (на що вказує прикметник *günstig*) та повинен бути витриманий в єдиній манері і не має суперечити корпоративному слогану-місії (Чернишева, 2015).

Маркетологи вважають, що ефективність реклами майже завжди залежить від вдалого слогану. Якщо слоган не викликає цікавості у споживача, то відповідно й решта тексту автоматично втрачає свою привабливість. При створенні фірмового гасла враховують також й те, чи новий, чи вже відомий товар рекламується. Так, для нового товару рекламне гасло повинно бути максимально інформативним.

Щоб створити успішний слоган необхідно враховувати наступні аспекти:

- предмет слогану, тобто товар, послуга чи компанія, що рекламується та їх конкурентні переваги;
- мета слогану – збільшення продажів, забезпечення популярності та ін.;
- інформація про цільову аудиторію;
- місце слогана в системі фірмового стилю компанії.

Заголовок – це теж одна з важливих композиційних частин рекламного тексту. Хоча він може бути й відсутнім. Це пов'язано із певною прагматичною метою автора реклами. Рекламний заголовок підтримує гасло реклами. Він дозволяє зрозуміти переваги продукції, її необхідність для споживача, обіцяє користь та зиск від купівлі, змушує прочитати наступну частину тексту.

Зокрема заголовок має виконувати такі цілі:

• Привертання уваги. Якщо покупець не захоче прочитати заголовок, то він не буде читати й сам рекламний текст.

• Орієнтація на цільову групу товарів, тобто лише на визначене маркетологами коло клієнтів. Чи буде воно широким або вузьким залежить від

самого товару. Запропонована інформація має стосуватися лише того, що цікавить цих покупців.

- Вступ до основної частини.
- Презентація комерційної ідеї.

• Обіцянка користі покупцю від споживання товару. І це має бути очевидним та зрозумілим для кожного, хто хоче придбати товар.

• Презентація новизни товару. Це може бути повідомлення про нову якість вже відомого товару або про його вдосконалення; кращі якості зовсім нового товару, що тільки виходить у продаж.

Слід звернути увагу на те, що популярними є заголовки у формі питання:
Was geht es zum Strand? (Sieh an)

Нерідко заголовками можуть бути провокації, заклики або накази:

Shoppe den Trend! (C&A)

Mach es kurz! (Fashion 5)

У рекламних текстах часто використовують також заголовок-вирішення проблеми, заголовок-інтрига, заголовок-парадокс та заголовок-заперечення.

Наступна важлива композиційна частина рекламного тексту – це основна частина. Тут безумовно є інформаційна складова, що описує товар: з чого вироблено, якого кольору, розміру, фасування та ін. У цей інформативний блок вводиться оцінююча інформація або окремі оцінні елементи, що пов'язані з новизною, актуальністю, якістю товару та його перевагами, наприклад:

Wir haben Kleidung die deinem Stil sofort Aktualität verschafft – deine täglichen Mode-Lieblinge werden gepuppt mit T-Shirts und Poppin Druck, Shorts in Schnitten die zum kreischen sind und Jeans in den begehrtesten Washes der Saison (Boohoo).

Автор рекламного тексту намагається представити позитивні якості товару (*Kleidung die deinem Stil sofort Aktualität verschafft*) й тому використовує емоційну лексику (*zum kreischen sind*).

Успішність основної частини рекламного тексту залежить від таких чинників:

- підкреслення головної ідеї;
- визначення позиції продукції;
- підкреслення її користі для споживача;
- стислість та небагатослівність викладу інформації.

Виконання цих умов при створенні рекламного тексту уможливорює успішність та вмотивованість реклами. В основній частині повідомляється про все розмаїття товарів та послуг, про переваги об'єкту реклами, його унікальність, а також представлена додаткова інформація, мета якої вплинути на покупця. Тут споживач також дізнається про знижки на придбання продукції, акції та ін., що безперечно робить пропоновану продукцію привабливою для клієнтів. Наприклад:
Freuen Sie sich über tolle Rabatte auf unser Mode-Sortiment bis zu 60 % und mehr: Hosen, Jacken, T-Shirts und Blusen werden so für jedermann erschwinglich (NKD).

Аналізуючи вище зазначений приклад можна зробити висновок, що використання таких слів як *Rabatt* та *erschwinglich* вказує на доступність та невисоку ціну товару, а це є показниками переваг пропонованої продукції.

При створенні структури та композиції рекламного тексту використовують певні моделі основної частини. Одна з класифікацій моделей запропонована Ю. С. Бернадською (2008). Так, дослідниця пропонує декілька можливих варіантів:

- драматизована реклама;
- розповідна реклама;
- порівняльна реклама;
- реклама-інструкція;
- реклама-загадка.

Заклучна частина рекламного тексту це, як правило, висновки про те, що «ось чому слід обирати товар». Тут можна зустріти також речення-запрошення, речення-компліменти для клієнтів та у більшості випадків – заклик скористатися пропозицією, наприклад:

Erhalte 25% Rabatt auf deine erste Bestellung! (Kik)

На думку дослідників німецькомовної реклами, “завершується реклама завжди рекламним слоганом. Хороший слоган підтримує репутацію фірми, віддзеркалює її специфіку, а тому містить ритмічні та фонетичні повтори, контрастність, гру слів, ефект латентного діалогу” (Пушина, 2009, с. 207). Наприклад:

Sind Sie auf der Suche nach attraktiven Schnäppchen in Sachen Mode? Dann stöbern Sie einmal in aller Ruhe im SALE-Bereich von NKD (NKD).

Розглянувши складові частини рекламного тексту, ми робимо висновок про те, що кожний структурний елемент тексту не існує сам по собі, а є включеним в єдину систему. Вона, система, діє з метою досягнення єдиної мети та зберігає цілеспрямованість і тексту і змісту реклами в цілому.

Відповідно до задуму автора реклами, вибору засобів розповсюдження рекламного повідомлення, композиційні елементи можуть варіюватися, завдяки цьому автор рекламного тексту може уникнути монотонності викладу інформації та робить його динамічним й відкритим до споживачів. Відбувається таким чином діалог між покупцем та виробником, який у свою чергу намагається задовольнити потреби клієнтів, пропонуючи актуальний та корисний товар.

Окремо розглянемо особливості семантичного наповнення кожного з композиційних елементів, адже семантика кожної з частин також може варіювати. Це відповідає тенденції до пошуку нових моделей та засобів створення рекламних текстів.

Існує таке поняття як «композиційний блок». На думку Матвєєвої Т. Ф. “він створюється завдяки поєднанням змістової відокремленості текстового фрагменту та його відносної структурної завершеності” (Матвєєва, 1990, с. 145).

Композиційний блок створюється завдяки лексичним, граматичним, контекстуальним, а також графічним засобам. До цього слід віднести й абзаци, й нумеровані списки, дужки та пунктуацію, а також немовні графічні засоби, що зазвичай використовуються в інтернет-мовленні.

Слогани або лозунги – це перше, що читає споживач у рекламі, тому вони мають важливе семантичне значення. Завдяки одному або двом невеличким реченням увесь текст реклами може стати успішним або навпаки:

Schnell ein neues Kleid! (ALDI)

Тематично цей композиційний блок спрямовано на повідомлення про надзвичайність та актуальність товару: *Tagesziel: Best-Dressed-Liste! (Mango)*

Entdecken Sie die exklusive Laurèl Designer Mode und lassen Sie sich verzaubern! (Vogue).

Позитивні значення оцінки продукції підкріплюються зазвичай словами-інтенсифікаторами: best, super та ін. Наприклад:

Das Beste: bei ABOUT YOU bestellst Du völlig ohne Risiko. Sollte Dir eines der bestellten Produkte nicht gefallen, schickst Du es einfach kostenfrei zurück. Einfacher geht es nicht (About you).

Слогани можуть привертати увагу певного кола споживачів:

FASHION5 ist dein Young Fashion Onlineshop! (Fashion 5)

Таким чином, вони вказують про бажаний вік покупців та відповідно на продукцію, яку можна придбати у їхньому магазині. Завдяки цьому слогану можна дізнатися, наприклад, що у магазині запропоновано одяг для моря та відпочинку:

Sonne, Strand&Meer: Maritime Outfits. (Fashion 5)

Також можна дізнатися про філософію магазину або бренду:

Zeitloses Design statt Fast-Fashion, nachhaltige Materialien statt billiger Massenware und faire Produktion statt Lohnsklaverei. Jeder hat die Wahl (Armedangles).

Тут повідомляється не лише про переваги продукції у якості, але й про економію коштів споживача, за умови, якщо він придбає певний товар у певному магазині. Таким чином, слоган підводить до заголовку та основної частини рекламного тексту: *Alles was du liebst! Zum besten Preis (Lesara).*

Також онлайн-магазин використовує і такі лозунги:

Erstklassig in Preis & Qualität! (Lesara)

Top-Trends aus Fashion & Lifestyle (Lesara).

Основна частина рекламного тексту пропонує різні види інформації – від повідомлення про те, з чого вироблено продукцію й до повідомлення про ціну й знижки, що чекають на споживача та умови придбання. Отже, якщо зміст реклами розвивається за драматичною спрямованістю, то перед споживачем представлено певну дію, узятую з життя. В основній частині пропонується гарне рішення проблеми споживача. Це одна з цілей рекламного тексту. Пропонувати рішення можна по-різному.

У цілому можна виділити такий розвиток сюжету: людина має проблему, потім з'являється засіб, що може допомогти, й дійсно покупка робить споживача щасливим. Це може виражатися словами *Lust haben, wirst du garantiert das finden, Mode für jeden*. Тому в кінці рекламного тексту пропонується позитивна аргументація щодо купівлі продукції. Наприклад:

Du hast Lust die ganze Nacht durchzutanzten und Party zu machen? Oder lieber gemütlich daheim alleine oder mit Freunden zu chillen? Du suchst einen praktischen Young Fashion Begleiter für jeden Tag? Im FASHION5 Shop wirst du garantiert das finden, wonach du suchst – für jeden Anlass und jede Stimmung - junge Mode für jeden! (Fashion 5)

Часто для рекламування одягу використовують також рекламу-розповідь, рекламу-перелічення та рекламу-загадку. Це стосується тих магазинів одягу, зокрема онлайн-магазинів, що включені до мережі брендового одягу. Наприклад:

Günstige Mode das ganze Jahr über! (Fashion 5)

Deinen perfekten Streetstyle findest du schnell & günstig bei FASHION5. Ob Sweat Ware, Chiffon Kleider, Jeans, Jogginghosen - ob Winter- oder Sommerartikel - im Young Fashion Onlineshop findest du deinen Street Look nach Kategorien sortiert (Fashion 5).

У зазначеному рекламному тексті в цій ситуації увагу привертають словосполучення: *deiner perfekter Streetstyle, schnell & günstig*. Наступний приклад пропонує також рішення звичайної, знайомої та актуальної усім споживачам проблеми, коли треба обирати одяг для прогулянки в поганих погодних умовах:

Wenn es regnet oder schneit, sind die Jumpsuits und Overalls ein modisch-bequemer Begleiter (About you).

У цьому реченні автор реклами пропонує ще одне рішення проблеми при купівлі одягу, що пов'язане із поверненням товару:

Sollte Dir eines der bestellten Produkte nicht gefallen, schickst Du es einfach kostenfrei zurück. Einfacher geht es nicht (About you).

Вираз «Einfacher geht es nicht» є тут важливим, тому що вказує на простіше ніж раніше усунення проблеми.

Цікавим також вважається рекламний текст, що побудовано у вигляді загадки. Спочатку виникає питання, а потім – відповідь на питання:

Du möchtest über neue Trends regelmäßig informiert werden? Du willst als erster von Rabattaktionen, Gutscheine & Sales erfahren? Dann abonniere noch heute den FASHION5 Newsletter (Fashion 5).

Це може бути риторичне питання або навідне питання, коли споживач вже знає відповідь на нього. Така реклама відрізняється від інших звичайних видів рекламного тексту завдяки незвичайному представленні інформації та здатна не лише привернути увагу, але й закарбуватися у пам'яті читача завдяки формі побудови, наприклад:

Du bist auf der Suche nach einer modischen Hose für jede Gelegenheit? Eine Jeans für Damen aus dem Onlineshop von ABOUT YOU ist eine sichere Wahl (About you).

Неймовірно часто у рекламних текстах використовуються окличні речення, що пропонують та спонукають:

Haben Sie einen bunten Tag! 4 Trendige Farben für den Frühling und den Sommer! або Finde jetzt das besondere Konfirmations-Outfit für Deinen großen Tag! (ALDI)

В успішних рекламних текстах передбачається використання особових займенників. Це пов'язано із діалогічною спрямованістю реклами. Продавець звертається до потенційного покупця та останній розуміє точно, що звертаються саме до нього. Подібний комунікативний ефект досягається завдяки зверненню не до споживачів взагалі, а прямо до окремої людини, яка, на думку продавця, входить до цільової групи потенційних споживачів рекламного продукту.

Діалогічність досягається за допомогою

- особових займенників;

- емоційних вигуків;
- імітації вирішення проблеми для певного покупця із використанням у реченні особового займенника.

Особові займенники, що використовуються у тексті реклами, здатні консолідувати рекламодавця та адресата реклами, та зробити їх так би мовити “союзниками”, “гарними друзями”. Емоційна складова спонукання спрямована тут саме на це. Наприклад:

Alles, was deinen Style perfekt macht! (ASOS)

Тут рекламодавець звертається до покупця на «ти», що означає демонстрацію дружніх стосунків між ними: *Dein Stil – Dein Look!*

Діалогічність у рекламі також досягається й завдяки використанню прямої мови. Рекламодавець нібито намагається відгадати та відтворити таємні думки потенційного покупця та спробувати вирішити питання:

Der Satz “ich habe einfach zu viele schöne Sachen” kommt den wenigsten Frauen über die Lippen. Denn schicke Röcke, Hosen, Tops, Strickjacken oder wunderschöne Kleider kann Frau einfach nie genug haben (Lesara).

В основній частині рекламного тексту про жіночий одяг рекламодавець звертається безпосередньо до предмету рекламування, він описує сам одяг, його стиль, розповідає про те, з якої тканини та за яким дизайном його виготовлено

Freue Dich auf eine Vielfalt an Designs, Formen und Marken (About you),

які тренди та моделі пропонуються, види предметів одягу:

Jede Jahreszeit erfordert ein anderes Oberteil. Blusen und Shirts sind im Sommer unverzichtbare Teile der Damenmode. Mit kräftigen Farben und trendigen Details bringen viele Labels eine große Portion Urlaubsgefühl direkt zu Dir nach Hause. Die passende Bademode für den nächsten Urlaub bestellst Du gleich mit dazu. Formschöne Badeanzüge und sexy Tankinis warten darauf, von Dir an den Stränden dieser Welt getragen und elegant zu anderer Bekleidung kombiniert zu werden (About you).

Одним з критеріїв опису одягу виступає тут й ситуація використання – вечірня сукня, робочий костюм, святковий одяг:

Darunter sind kurze und lange Kleider, Minikleider, enge, weite, elegante und festliche Kleider (SeventySeven).

Використання прикметників *kurze, lange, enge, weite, elegante, festliche* вказує на різноманітність та багатогранність пропонованого товару. Або також:

Wem das immer noch nicht reicht sollte wissen, dass der Kleider Shop Damen Hosenanzüge und Hosenröcke der neusten Generation im Programm hat (SeventySeven).

Семантика ексклюзивності, актуальності у світовій жіночій моді та гарної якості присутня у будь-якому тексті реклами:

Suchst du schöne und preiswerte Hosen, die bequem zu tragen sind und dabei noch richtig gut aussehen? Dann solltest du unbedingt die lässigen Jeans, angesagten Leggings und eleganten Röcke von Lesara kennenlernen, die im Übrigen besonders gut mit unseren modischen Tops oder Pullovern harmonisieren (Lesara).

Покупця тут зацікавить й інформація про економію його коштів при купівлі: *werden auch deinen Geldbeutel erfreuen*, проте ця інформація завуальована, не подана прямою мовою.

Рекламодавці намагаються охопити найбільше коло клієнтів, тому пропонують різні стилі одягу – і класичний одяг і актуальний модний одяг:

Wenn Sie sich neue Bekleidung für Ihre Garderobe aussuchen, dürfen Sie sich auf zahlreiche attraktive Angebote freuen. Innerhalb der Kollektionen stehen Ihnen Kleidungsstücke, die aktuelle Trends aufgreifen, und zeitlose Klassiker gleichermaßen zur Verfügung (Peek).

Або може бути ще таке повідомлення про одяг на усі смаки:

Damenhosen für jeden Geschmack. Neben Stoffhosen, Leinenhosen und Shorts nehmen vor allem Jeanshosen einen hohen Stellenwert ein und haben sich bei vielen Damen zu wahren Allroundern entwickelt (C&A).

Присутні також у рекламному тексті семантика різноманітності продукції та інформація про гарний вибір:

Vielseitige Modetrends und saisonale Highlights. Aus einer Vielzahl an preisgünstigen Ober- und Unterteilen kannst du dir in aller Ruhe deine Lieblingsstücke aussuchen. Hier findest du neben leichten Oberteilen für Frühjahr und Sommer auch Jacken und Mäntel - passend zur Saison und immer am Puls der Zeit (C&A).

Dank einer beinahe unüberschaubar großen Auswahl entdecken Sie heute genau die Damenbekleidung, die zu Ihnen passt. Das Sortiment umfasst dabei eine Vielzahl moderner Hosen und Pullover sowie elegante Kleider und feminine Röcke (Peek).

Доступність покупки, як вже зазначалося, теж відіграє значну роль у процесі рекламного впливу на покупця. Для цього часто використовуються слова *günstiger Preis*, *preisgünstig*, *billig*, *preiswerter*. Наприклад:

Bei solch günstigen Angeboten und preiswerter Mode kann es allerdings auch gern mal mehrere Outfits werden (Lesara).

Наступний критерій успішної реклами – це інформація про якість. Цей показник є обов'язковим при створенні рекламного тексту:

Damit unsere Produkte dich auch qualitativ überzeugen, arbeiten wir mit renommierten Herstellern zusammen. In unserem Online-Shop findest du deshalb nicht nur traumhafte Looks und saisonale Trends, sondern auch hervorragende Markenqualität zu Großhandelspreisen (Lesara).

Важливою складовою рекламного тексту вважається також і його заключна частина, адже там подається «висновок», що стосується спроби остаточного переконання споживача, тобто він зробить правильно, якщо обиратиме цей магазин. Тут ми можемо побачити й короткий перелік вже вказаних позитивних якостей товару та заклик купувати:

Fair, bio, soziale Verantwortung... Kann ja jeder sagen! Dass wir nicht nur mit leeren Worthülsen um uns werfen, sondern tun, was wir sagen, garantieren diese unabhängigen Organisationen (Armedangles).

У цій частині може повідомлятися про умови замовлення та знижки. Ця інформація дуже важлива, адже слугує не тільки для зручностей самого клієнта у процесі вибору та купівлі продукції, але й дозволяє зайвий раз рекламодавцю заявити про свій унікальний сервіс:

Stellen Sie unseren professionellen Service von der Bestellbearbeitung bis zum Versand auf die Probe und bestellen Sie noch heute Ihre Lieblings-Modelle! (Ernstings Family).

Пропонуються також онлайн-консультації при виборі товару. Цим продавець показує, наскільки кожний клієнт є для нього цінним:

Um Ihre Fragen rund um den Einkauf kümmert sich unser geschulter Kundenservice gerne. Beim Stöbern, Einkaufen und Anprobieren wünscht Ihnen das Team von ambellis.de viel Spaß! (Ambellis).

Висновки. Отже, аналіз композиційних та семантичних особливостей корпусу рекламних текстів німецькою мовою показав, що кожен з них має особливу структуру та будується за допомогою певних композиційних семантичних блоків. Семантика кожного блоку зокрема підпорядкована головним цілям і діям рекламування – інформування, оцінювання, спонукання. Слід виділити три важливих семантичних блоки, що притаманні кожному тексту реклами.

Композиція рекламного тексту будується в першу чергу на інформативних блоках, де є безпосередній опис продукції, що рекламується: матеріал, дизайн, тощо. Слід зауважити також, що інформативні блоки насичені оцінними значеннями завдяки експліцитній та імпліцитній оцінній лексиці.

Для рекламного повідомлення притаманні й окремі оцінні композиційні блоки, де перелічуються безпосередньо переваги того чи іншого товару та аргументується ця оцінка. Ще один семантичний блок композиції рекламного тексту відповідає меті спонукання до здійснення покупки. До нього переважно входять окличні речення, що радять, висловлюють прохання, або навіть накази. Такі сентенції є невід’ємним атрибутом кожного рекламного тексту та розташовуються на його початку або наприкінці.

Список літератури

- Бернадская Ю. С. Текст в рекламе : учеб. пособие. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 288 с.
- Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Москва, 2005. 288 с.
- Корнева Н. А. Комунікативні цілі та прагматика рекламного тексту. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. № 4.4 (56.4) квітень 2018. С. 61–64.
- Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск, 1990. 172 с.
- Пишна Л. Складності розуміння та перекладу німецькомовної реклами. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Сер.: Філологічні науки*. Кіровоград, 2009. Вип. 81(4). С. 206–209.
- Сіленко Н. В. Комунікативно-прагматичні функції виражальних засобів стилістичної семасіології (на матеріалі турецьких рекламних текстів). *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ, Серія Філологія. Педагогіка. Психологія*. Київ, 2014. Випуск 29. С. 105–109.
- Теремко В. С. Реклама і сучасна культура : аспект взаємодії. *Суспільні науки і сучасність*. 2002. № 1. С. 184–191.
- Чернышева А. М., Якубова Т. Н. Брендинг : уч. для бакалавров. М. : Издательство Юрайт, 2015. 504 с.
- «About you». URL: <https://www.aboutyou.de/frauen/bekleidung>.
- «ALDI». URL: <https://www.aldi-sued.de/de/sortiment/bekleidung/damenmode/>.
- «Ambellis». URL: <https://www.ambellis.de/bekleidung/>.
- «Armedangles». URL: <https://www.armedangels.de/en/philosophy/>.
- «ASOS». URL: <http://www.asos.de/>.
- «Boohoo». URL: <http://de.boohoo.com/damen>.
- «C&A». URL: <https://www.c-and-a.com>.
- «Ernstings Family». URL: <https://www.ernstings-family.de/damen>.
- «Fashion 5». URL: <https://www.fashion5.de/>.
- «Kik». URL: <http://www.kik.de/damenmode>.
- «Lesara». URL: <https://www.lesara.de/>.
- «Mango». URL: <https://shop.mango.com/at/damen>.

«Maxima». URL: <https://www.maxima.at/2018/05/10/doppelt-gut-der-double-denim-look/>.
«NKD». URL: <https://www.nkd.com/schnaepchen.html>.
«Peek». URL: <https://www.peek-cloppenburg.de/damen-bekleidung/>.
«SeventySeven». URL: <https://www.77onlineshop.de/c/damen/kleider>.
«Sieh an». URL: <https://www.sieh-an.de/guenstige-mode>.
«Vogue». URL: <http://www.vogue.de/mode/mode-news/vintagemode-muenchen>.

References

- Bernadskaia, Yu. S. (2008). *Tekst v reklame: ucheb. Posobyie* [Text in advertising: a tutorial]. Moskva: YuNYTY-DANA.
- Chernysheva, A. M., Yakubova, T. N. (2015). *Brendinh : uchebnyk dlia bakalavrov* [Branding: a textbook for bachelors]. Moskva: Izdatelstvo Yurait.
- Dobrosklonskaia, T. H. (2005). *Voprosy izucheniia mediatekstov* [Questions of studying media texts]. Moskva.
- Kornieva, N. A. (2018). Komunikatyvni tsili ta prahmatyka reklamnoho tekstu [Communicative goals and pragmatics of the advertising text]. *Naukovyi zhurnal «Molodyi vchenyi»*. № 4.4 (56.4) kviten, 61–64.
- Matveeva, T. V. (1990). *Funktsionalnye stili v aspekte tekstovykh katehoryi: Synkhronno-sopostavlytelnyi ocherk* [Functional styles in the aspect of text categories: Synchronous-comparative sketch]. Sverdlovsk.
- Pyshna, L. (2009). Skladnosti rozuminnia ta perekladu nimetskomovnoi reklamy [Folding reasonableness and transfer of nimetskomovnoy advertisements]. *Naukovi zapysky Kirovohradskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Vynnychenka*. Ser.: Filolohichni nauky. Kirovohrad. Vyp. 81(4), 206–209.
- Silenko, N. V. (2014). Komunikatyvno-prahmatychni funktsii vyrazhalnykh zasobiv stylistychnoi semasiolohii (na materialy turetskykh reklamnykh tekstiv) [Communicative and pragmatic functions of rotational functions of stylistic semasiology (on the materials of Turkish advertising texts)]. *Naukovyi visnyk kafedry Yunesko KNLU, Seriiia Filolohiia. Pedahohika. Psykholohiia*. Kyiv, Vypusk 29, 105–109.
- Teremko, V. S. (2002). Reklama i suchasna kultura : aspekt vzaiemodii [Advertising and modern culture: the aspect of interaction]. *Suspilni nauky i suchasnist*, № 1, 184–191.
- «About you». URL: <https://www.aboutyou.de/frauen/bekleidung>.
- «ALDI». URL: <https://www.aldi-sued.de/de/sortiment/bekleidung/damenmode/>.
- «Ambellis». URL: <https://www.ambellis.de/bekleidung/>.
- «Armedangles». URL: <https://www.armedangels.de/en/philosophy/>.
- «ASOS». URL: <http://www.asos.de/>.
- «Boohoo». URL: <http://de.boohoo.com/damen>.
- «C&A». URL: <https://www.c-and-a.com>.
- «Ernstings Family». URL: <https://www.ernstings-family.de/damen>.
- «Fashion 5». URL: <https://www.fashion5.de/>.
- «Kik». URL: <http://www.kik.de/damenmode>.
- «Lesara». URL: <https://www.lesara.de/>.
- «Mango». URL: <https://shop.mango.com/at/damen>.
- «Maxima». URL: <https://www.maxima.at/2018/05/10/doppelt-gut-der-double-denim-look/>.
- «NKD». URL: <https://www.nkd.com/schnaepchen.html>.
- «Peek». URL: <https://www.peek-cloppenburg.de/damen-bekleidung/>.
- «SeventySeven». URL: <https://www.77onlineshop.de/c/damen/kleider>.
- «Sieh an». URL: <https://www.sieh-an.de/guenstige-mode>.
- «Vogue». URL: <http://www.vogue.de/mode/mode-news/vintagemode-muenchen>.

**MASCULINITY IN A POSTMODERN TEXT:
CONCEPT, IDENTITY, CHARACTER
МАСКУЛІННІСТЬ У ПОСТМОДЕРНІСТЬСЬКОМУ ТЕКСТІ:
ПОНЯТТЯ, ІДЕНТИЧНІСТЬ, ОБРАЗ**

Алла МАРЧИШИНА

**Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
allama@ukr.net**

DOI: [HTTPS://DOI.ORG/10.31861/GPH2021.831-832.187-198](https://doi.org/10.31861/GPH2021.831-832.187-198)

The paper considers masculinity representation in a postmodern text. The author reveals the theoretical background of the origin and development of masculinity studies as a branch of gender research. The key parameters of masculinity include sexual, social, cultural, national, and age components. Specific traits of masculine personages are explicated in postmodern texts of different styles. Masculinity is treated as an objectivated realization of androcentrism which loses its dominant positions in the bipolar world of gender dichotomy due to the postmodern transformations of the outlook. It acquires the features which form a new image of a man in consciousness, community, and a text. The paper proves that contemporary society does not possess gender polarity, it witnesses weakening of “hegemonic masculinity” and diffusion of boundaries between men and women as subjects of social intercourse. There appear new aspects of masculinity which destroy male stereotypes; masculinity splits into plurality of identities often being polarized inside this sex-gender group. The paper reveals the characters framed linguistically in a text. Resulting from restructured social relations and reestimation of values, they turn up not as a traditional character of a father in a literary text but a “divorced father” who performs his father’s duties remotely as a spouse, a “domestic partner”, “ex-husband”, and/or “lover (boyfriend)”. All the newly formed gender identities and the corresponding text constructs obtain relevant lingual nominations. Analysis of dictionary definitions enables to fix the correlation between the systemic meaning of masculine gender identities and their contextual semantics. The article concludes that postmodern masculinity is no longer interpreted as a biologically determined entity but rather as a performative option of a personal choice.

Key words: gender, identity, masculinity, character, postmodernism, concept, stereotype.

Стаття присвячена дослідженню виявів ознак маскулінності в постмодерністському тексті. Розглянуто теоретичні передумови зародження та розвитку маскулінних студій як відгалуження гендерології. Розкриті ключові параметри маскулінності як поняття, що втілює статеві, соціальні, культурні, національні, вікові складники; особливості чоловічої ідентичності як репрезентації самототожності; виявлено специфічні риси маскулінних образів у постмодерністських текстах різностильового спрямування. Маскулінність розглядається як об’єктивований вияв андроцентризму, який унаслідок постмодерністських трансформацій світогляду втрачає споконвічні позиції домінування у біполярному світі гендерної дихотомії й набуває таких рис, які формують новітній образ чоловіка у свідомості, суспільстві й тексті. У статті доводиться, що сучасному соціумові не притаманна гендерна поляризація, зараз спостерігається послаблення «гегемонічної маскулінності» й розмивання кордонів між чоловіками й жінками як суб’єктами суспільної взаємодії. З’являються такі новітні ознаки чоловічості, які руйнують стереотипи; маскулінність розпадається на множинність ідентичностей, які часто протиставляються всередині цієї гендерно-статевої групи. У статті розкрито, як такі персонажі омовлюються в тексті. Унаслідок реструктуризації суспільних стосунків та переоцінки цінностей персонажем прозового твору є не звичний образ батька, а «розлучений тато», який дистанційовано виконує свої татівські функції. Як член подружжя,

згадується «цивільний чоловік», «колишній чоловік», «коханець (приятель)». Проаналізовано мовні засоби на позначення вказаних маскулінних гендерних ідентичностей та відповідних текстових конструктів. Аналіз словникових дефініцій засвідчив кореляцію між системними значеннями маскулінних гендерних ідентичностей та їхньою контекстуальною семантикою. У статті підсумовано, що постмодерністська маскулінність більше не сприймається як біологічна даність, а є перформативною опцією особистісного вибору.

Ключові слова: гендер, ідентичність, маскулінність, образ, постмодернізм, поняття, стереотип.

Вступ. Одним із завдань сучасної лінгвогендерології є «проблема дослідження всіх виявів статі як історично усталеної своєрідної форми досвіду» (*Космеда, 2014, с. 59*), у межах якої поняття маскулінності й фемінності, що належать до загальнолюдських універсалій, досліджуються з урахуванням лінгвогендерологічних теоретичних знань та з орієнтуванням на розуміння означених категорій постіндустріальним/постмодерним суспільством.

Мова зазвичай відбиває певні стереотипні уявлення, уже сформовані поняття чи їхню інтерпретацію, систематизує суспільне бачення, рідше – формує ці уявлення, через свою когнітивну функцію спонукає до осмислення нових чи ресемантизацію чинних денотатів. Такі процеси здійснюються з опертям на беззаперечні наукові відкриття, емпіричний матеріал, осучаснення індивідуального бачення світових тенденцій соціокультурного спрямування й переформатуванням влади в суспільних прошарках і угрупованнях. Текст як формальна та змістова єдність, часово-просторовий континуум, факт буття та виразник індивідуального світобачення є носієм омовленого фактажу, стереотипів, оцінок та перспектив. Переосмислена в період постмодернізму роль автора як незалежного суб'єкта після завершення роботи над текстом та його виходом у «самостійне плавання» не позбавляє готовий мовний продукт авторської присутності та дозволяє прослідкувати індивідуальну інтерпретацію озвученої проблеми.

Чинна донедавна гендерна асиметрія, що спостерігалася у сферах, дотичних до перерозподілу влад чи повноважень, увійшла в епоху деконструкції з виникненням постмодерністських філософських паростків. Опредметненим вираженням гендерних уявлень сьогодення є художні образи, що втілюють характерні атрибути, традиційно приписувані чоловікам культурною й мовною спільнотою.

Поштовхом для започаткування студій маскулінності, як би парадоксально це не звучало, послужила друга хвиля фемінізму та, відповідно, «жіночі» дослідження. Як відгук на профеміністські та антифеміністські суспільні настрої, виникло питання про їхні першопричини. Основною з них було визнано *андроцентризм*, тобто «зведення всього людського досвіду до чоловічої норми» (*Бурейчак, 2015, с. 2*), притаманний більшості сучасних спільнот. В англосаксонській академічній традиції зародження інтересу до маскулінності як об'єкта досліджень, гендерологізація андроцентризму, перспективи вписування «чоловічого питання» в уже запущений механізм гендерних студій припадають на другу половину 1970-х років. Низка праць, що з'явилися після значного суспільного резонансу на обговорення чоловічих гендерних практик (*Перехресні*

стежки, 2014; Burke, 1977; Carrigan, 1985; Connell, 1995; McCall, 1978; Mosse, 1998; Pleck, 1981), зафіксувала необхідність наукового оформлення новітніх викликів, що свідчить про наявність назрілої проблеми та потребу її різнобічного розгляду. Зокрема, однією з найбільш резонансних була праця Джорджа Мосса (George Lachmann Mosse) "The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity" («Образ чоловіка: створення сучасної маскулінності») (Mosse, 1998), де становлення маскулінності як соціальної категорії простежено від найдавніших часів до сьогодення в термінах еволюції ієрархії цінностей та на прикладах зразків маскулінності певних епох та етносів. Незважаючи на певну агресивність суджень у перших розвідках про природу чоловічості, які свою появу пояснювали потребою реакції на войовничий фемінізм (Burke, 1977; McCall, 1978; Wilson, 1978), вони виконали свою місію – привернули увагу до маскулінності не як до природженої даності, а вказали на її соціальний конструктивізм, основи якого можна підважити, зокрема, феміністичними настроями.

Феномен маскулінності, стереотипно зафіксований лексикографічними джерелами в значенні прикметникової лексеми *masculine*, охоплює таку семантичну структуру: 1) pertaining to or characteristic of a man or men, characteristics that are traditionally thought to be typical of or suitable for men (AHDEL; BD; CD; OLD) – наділений характеристиками, притаманними чоловікові чи чоловікам, типовий чи прийнятний для чоловіків; 2) having qualities traditionally ascribed to men, as strength and boldness; strong; robust; bold; brave; coarse; opposed to delicate or soft (ADEL; AHDEL; BD; OLD) – володіє такими якостями, традиційно приписуваними чоловікам, як сила, сміливість; сильний, відважний, міцний, грубий, різкий, протилежний до м'якого й тендітного. Обидва аспекти змістового наповнення «чоловічості» як семантичної категорії опираються не на природжені риси, а схилиються до набутих особливостей стереотипу. Відповідно до закріпленого в системі мови значення, маскулінність може ідентифікуватися лише в опозиції (до фемінності), тобто існує як член антиномічної пари. Формуючи такий бінарний архетип, маскулінність/фемінність можуть існувати лише за умови наявності іншого члена дихотомії.

Постмодерністські наукові розвідки стосовно маскулінності об'єднують зусилля українських і зарубіжних дослідників. Так, у науковому доробку російського вченого І. С. Кона наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. з'явилися праці, які розкривають соціально-філософські підвалини руйнування усталеного гендерного порядку на межі століть. На думку автора, послаблення гендерної поляризації не підриває біологічної гендерної дуальності й не призводить до «фемінізації» чоловіків, а трансформує індивідуально-психологічні риси й здібності. Становлення особистісної індивідуалізації, вважає І. С. Кон, є більш проблематичним упродовж розвитку хлопчиків, і шляхи подолання «кризи маскулінності» слід шукати в «міждисциплінарних діалогах». Те, що сучасні чоловіки не вписуються в нормативний канон, а це завжди відображає лише окрему грань соціально бажаного, свідчить про розширення їхньої «індивідуальної варіабельності», уможливленої розвитком суспільства (Кон, 2010, с. 99-100).

Відомий теоретик маскулінності Р. Коннелл (Raewyn Connell) вважає, що здобутки другої хвилі фемінізму сприяють розширенню гендерних студій у напрямку їхньої маскулінізації. Австралійська дослідниця запровадила термін «гегемоністська маскулінність», зміст якого відображає найпоширеніший у суспільстві чоловічий спосіб буття (Connell, 2005). Загалом її теорія підсумовує, що впродовж століть нерівність між статями створювали: поділ праці, влада і катексис (складний для перекладу термін психоаналізу, що позначає інтенсивність і спрямованість проявів психічних процесів). Монополія чоловіків у цих сферах сконструювала своєрідний комплекс маскулінної гегемонії, закріплений у суспільних практиках. Постмодерністський крах тотального патріархату викликає потребу звернути увагу на багатогранність чоловічості й відкинути фантазійний образ гегемона-мачо (Connell, 1995; Connell, 2002; Connell, 2005).

Колективна монографія «Перехресні стежки українського маскулінного дискурсу : Культура й література XIX–XXI століть» (за ред. А. Матусяк) (2014) висвітлює, серед інших, і гендерні аспекти культурологічних, наукових, літературних, соціальних пошуків української ідентичності та засвідчує процес ревізії традиційного маскулінного канону у вітчизняній гуманітаристиці. Дослідники схиляють до висновку про те, що дискурси та практики чоловічості виходять за межі андроцентричного горизонту, який традиційно нав'язував чоловікам «матрицю сприйняття, мислення і дії» (*Перехресні стежки*, 2014, с. 7). Натомість їх закликають «придивитися до власної тотожності, а відтак – переоцінити наявну парадигму маскулінності» (*Перехресні стежки*, 2014, с. 8).

Відомо, що культурні приписи щодо чоловічої поведінки в різних культурах різні. Спільним для них є уявлення про те, що чоловіки мають особливу раціональність (на противагу «жіночій логіці»), прагнуть до «змагальництва» і «спрямованості на публічний простір» (*Гендер для медій*, 2014, с. 15-16). Для підтвердження відповідності стереотипу чоловіки повинні втілювати свою маскулінність через множину соціальних практик. Відтак, кожен конкретний чоловік конструює маскуліні риси заново, відповідно до суспільних приписів. Це доводить мінливість розуміння поняття маскулінності в часі й просторі, плинність сформованої традиції чоловічості. Ми поділяємо твердження Т. Бурейчак про те, що «сучасні дослідження чоловіків ґрунтуються на соціально-конструктивістських і частково постструктуралістських теоретичних засадах», які передбачають «розуміння маскулінності як такої, яка зумовлена низкою соціально-культурних уявлень про те, що означає бути чоловіком» (Бурейчак, 2015, с. 3).

Із проникненням ідей постструктуралізму в гендерні студії та із поширенням теорії гендерної перформативності Дж. Батлер (Батлер, 2000; Butler, 1990; Butler, 1993; Butler, 2004) непорушна універсальна маскулінність зазнала деконструкції, вивівши на поверхню суспільної дискусії й наукового зацікавлення «неоднорідні гендерні типи» (*Перехресні стежки*, 2014, с. 29). Відповідно до сучасної наукової парадигми антропоцентризму, позбавленої патріархальних канонів статево-гендерного антагонізму, «кожне середовище

формує свій тип гендерної ідентичності, зокрема і маскуліність» (*Перехресні стежки*, 2014, с. 29).

У нашому дослідженні постмодерністське розуміння маскуліності бере початок з ідей суспільного конструктивізму гендеру. Традиційні для суспільства ролі чоловіків, економічні чинники й соціально-культурні реалії впливають на формування стереотипного образу чоловіка загалом і кожного окремого, зокрема. Тому для епохи постмодернізму актуальною є теорія різності, в межах якої допускається диференціація за особистісними ознаками всередині моностатевої соціальної групи чоловіків.

Мета статті – встановити семантику маскуліних образів у постмодерністському тексті, специфіку їхнього означування та диференційні ознаки. *Завдання*: виявити ключові ознаки маскуліності як поняття свідомості та текстового конструкту, експлікувати яскравих репрезентантів новітньої маскуліної гендерної ідентичності в постмодерністських текстах та окреслити їхню відмінність від усталених чоловічих образів.

Методи дослідження. Методологічний арсенал пропонованої розвідки передбачає залучення таких релевантних інструментів, як контекстуально-інтерпретаційний (як сукупність процедур, що уможлиблює розкриття змісту як цілісного тексту, так і його фрагментів, через його форму і структуру), прийом стереотипізації (як опора на глибинні пласти знання, колективний досвід, соціальні міфи), метод аналізу словникових дефініцій (для встановлення системного значення мовних номінацій маскуліності).

Результати та обговорення. В епоху постмодернізму перед суб'єктом відкриваються різноманітні гендерні поведінкові моделі, серед яких йому потрібно знайти свою. Множинність вибору обмежує роль соціуму та розширює повноваження особи визначити власну гендерну самість з тим, аби потім увійти в суспільство як певний статево-рольовий типаж. Як наслідок такої множинності й непостійності ідентичності в постмодерному світі, людина перебуває в стані постійного пошуку самоідентифікації і, відірвавшись від фундаментальних феноменів культури, постійно змінює її залежно від контексту.

Крім того, темп життя сучасного технотронного світу й динаміка вимог, які суспільство висуває до своїх членів, дають можливість окремим особам «приміряти» різні ідентичності. Саме постмодернізм дозволив статево-гендерним ознакам позбутись обмежувальних канонів стереотипної маскуліності й протиставив множинність усталеному розумінню статі, констатуючи нерівноважність кореляції статі й гендеру. Не тільки стереотип чоловічості зазнає переосмислення чи семантика відповідної номінативної лексеми реструктуризується – відображення чоловіка як втіленого в тексті суб'єкта набуває новітніх рис. Зокрема, поширене трактування спорту як способу стати сильним відтворює гендерний стереотип про чоловічу силу та жіночу слабкість:

Sport has long been inflected by an embodied hegemonic masculinity in the context of which, it can be argued, all other versions of masculinity have to be argued (Woodward, 2007, с. 759).

Спорт як образний корелят маскулінності обраний авторкою відповідно до усталеного уявлення про фізіологічні характеристики спортсмена – сильного, тренованого, м'язистого, тобто втілення (за Р. Коннелл (2005)) «гегемонічної маскулінності» (*hegemonic masculinity*). Концептуальна метафора SPORT IS HEGEMONIC MASCULINITY підживлюється популярним у культурному контексті образом, з яким годі змагатися іншим виявам чоловічості (*other versions of masculinity*).

Традиційно представник чоловічої статі позначається іменником *man*. Лексикографічні джерела демонструють його досить розгалужену семантичну структуру: an adult male person, as distinguished from a boy or a woman; a member of the species Homo sapiens or all the members of this species collectively, without regard to sex; the human individual as representing the species, without reference to sex; the human race; humankind; a husband; a male lover or sweetheart (BD; CD); a word of familiar address (ADEL; AHDEL; OLD); a person who is strong and brave or has other qualities that some people think are particularly male (OLD); a male human endowed with qualities, such as strength, considered characteristic of manhood (AHDEL). З огляду на представлені дефініції, можна констатувати, що основу змісту МГТ «чоловік» складають такі елементи, як позначення дорослої людини чоловічої статі; його периферія охоплює номінацію людини загалом, одруженого чоловіка, коханця чи приятеля. Асоціативне поле ключової семи – male – містить якості, які традиційно приписують чоловікам (manhood): сила, сміливість та ін. Такі чоловічі риси культивуються суспільством, у рамки стереотипів якого хлопчик потрапляє від народження.

Лексема *man* в аналізованих текстах зазвичай репрезентує денотативне значення, можливі асоціативні смисли при цьому не виходять за межі відповідного семантичного поля:

A blue suit and a grey suit – that's what any man needed, my father always said (Feinberg, 2003, c. 20).

Трансформація сприйняття чоловічої функції в суспільстві закріплюється в тексті, оприявнюючи в такий спосіб руйнування відповідного стереотипу:

*The socioeconomic changes underway in sub-Saharan Africa have **disempowered men** economically and, as a consequence, many found it increasingly difficult to fulfil their **role as the primary family provider** (Macia, 2011, c. 1183).*

У цьому текстовому фрагменті форма множини іменника *men* свідчить про поширення цього явища (*disempowered men*) в африканських країнах, коли особи чоловічої статі в традиційному патріархальному суспільстві є основними годувальниками родини (*the primary family provider*), проте сьогодні вони більше не спроможні виконувати цю функцію. Така трансформація соціального статусу чоловіків закладена в семантику лексеми *role* (роль) – саме виконання соціальної ролі, а не біологічна природа чоловіка створили образ годувальника.

Синонімічною до *man* є лексема *male*, що вживається для означення гендерної ідентичності особи чоловічої статі:

*Further research should focus on qualitative explorations of **male's** lived experience to further understand the victimization of these **males**. Narratives would*

provide the contextual framework for the sexual coercion that men experience, which may produce emotional distress (Prospero, 2010, c. 102).

Постмодерністський текст демонструє розщеплення маскуліності на множинність ідентичностей, що здійснюється в різних напрямках:

Hip-hop historian Kevin Powell points out that “in every city you go to in America ... [rap stations are] playing the same 10-12 songs over and over again. So what does it perpetuate the mindset that the only way you can be a man – a black man, a Latino man – is if you hard. To designate women. To designate homosexuals. To designate each other. To kill each other” (Kevin Powell, quoted in Hurt 2007) (Weitzer, 2009, c. 7).

Уривок ілюструє використання парентези, що позначає не тільки статево-гендерну (*man*), але й расову (*black*) та національну (*Latino*) ідентичність. При цьому парцеляція предикативів (*To designate women. To designate homosexuals. To designate each other. To kill each other*), що поєднується із інфінітивними повторами (*To designate*) і градацією (*To designate each other. To kill each other*), розміщена у фінальній позиції висловлення, має на меті наголосити на згубному впливі дискримінації людей за якоюсь ідентифікувальною ознакою (раса, національність, стать, сексуальність). Таке «означення» (*designate*) вбиває (*kill*).

Світоглядні орієнтири постмодернізму позначаються й на переформатуванні параметрів художніх образів. Маскулінні гендерні типажі, позначені широким спектром засобів (словотвірних, лексико-семантичних, синтаксичних, стилістичних), виявляють позицію чоловіка в новій системі соціокультурних координат. Так, семантику лексеми *father* (традиційна чоловіча соціально-родинна роль), згідно з аналізом вокабулярних статей у залучених в дослідженні словників, можна звести до таких ключових позицій: 1) це доросла особа чоловічої статі, маскулінний член нуклеарної сім'ї, який має одного чи більше рідних дітей; 2) чоловік, чий біологічний матеріал запліднив жіночу яйцеклітину, з якої розвинувся людський ембріон і народилася дитина; 3) чоловік, який виконує соціально встановлену батьківську функцію виховання й забезпечення молодшого покоління (рідних чи прийомних дітей).

Серед моделей батьківської поведінки західне суспільство традиційно виділяє тата-вихователя, або залученого тата, тата-наставника, тата-годувальника. Як засвідчують новітні батьки-персонажі, тато може дистанційовано виконувати татівські функції, якщо він стає «розлученим татом»:

*Rachel was philosophical. ‘I’ll still see **Daddy**, won’t I?’*

‘Yes, of course you will.’

‘He wasn’t here a lot, anyway,’ the child remarked. ‘He’ll rake me to the zoo, won’t he?’

‘Why should he take you to the zoo?’

*‘Because that’s what **divorced fathers** do. And to the planetarium and the cinema.’ She’d been reading a children’s story, one of those written with a therapeutic objective, about a girl called Miranda, whose parents divorced, and who subsequently led a rather nice life making cakes with her mother and going to the zoo with her father (Oakley MM, 1991, c. 94).*

Шестирічна Рейчел уже засвоїла стереотип «розлученого тата» (*divorced father*) – татівські функції обмежуються розважальними відвідинами громадських закладів на кшталт зоопарку чи планетарію (*he take you to the zoo, відокремлені конструкції – And to the planetarium and the cinema*), замість тісного контакту з дитиною в нуклеарній сім'ї. Такий суспільний образ виховує дитяча література (*a children's story*), терапевтичний ефект якої мав підготувати нестійку дитячу психіку до можливих стресів.

Інша маскулінна роль – одружений чоловік – позначається різними мовними засобами залежно від вектора стосунків: стосовно дружини він *husband*, для суспільства ж – *married (man)*. Узагальнений лексикографічний опис цього поняття можна представити таким чином: 1) доросла особа чоловічої статі, яка перебуває в суспільно визнаному матримоніальному стані; 2) чоловік, який офіційно уклав шлюб із жінкою. «Чоловік одружений» – суспільно визнаний і схвалений статус дорослого чоловіка, набуття якого передбачає виконання певних ритуальних дій:

*On the eighth day at sea, Lefty Stepanides, grandly, on one knee, in full view of six hundred and sixty-three steerage passengers, **proposed** to Desdemona Aristos while she sat on a docking cleat. Young women held their breath. **Married men nudged bachelors**: “Pay attention and you’ll learn something” (Eugenides, 2002).*

Для того, щоб одружитися, персонаж пропонує дівчині вийти за нього заміж (*proposed to Desdemona*). Цей акт, навмисно здійснений публічно, був очікувано сприйнятий схвально. Одружені чоловіки (*Married men*) спонукали неодружених (*bachelors*) наслідувати його приклад: і одруження, і публічність.

Однак постмодерністський світогляд допускає такий різновид гендерного типу, як «**цивільний чоловік**», якщо шлюб не оформлений офіційно, але пара створює нуклеарну сім'ю й веде спільне господарство:

«Цивільний чоловік» не має стійкого гендерного маркера, а для його ідентифікації використовуються різні способи позначення:

*‘And then I met this really nice woman in the bathroom, she had a baby yesterday as well, and she said her **husband** – well, he’s **not really her husband** – walked into some sort of orgy in the hall’ (Oakley MM, 1991, c. 44).*

Невідповідність позначення *husband* статусу зображеного персонажа протагоністка доповнює заперечною часткою (*not*) і уточнювальним прислівником (*really*). Номінація цього образу вийшла за межі однієї лексеми, поширившись на синтаксичну конструкцію.

Статус «одруженого чоловіка» непостійний, він може втрачатися й набуватися впродовж життя:

*“My **ex-husband** has returned from abroad and is asking for custody of John Dominic. He has found himself a new wife” (Oakley MM, 1991, c. 134).*

Дружина називає чоловіка «колишнім» (*ex-husband*), оскільки їхні матримоніальні стосунки припинені. Однак вони поновлені для чоловіка, який знайшов нову дружину (*a new wife*) і знову став «чоловіком одруженим».

Стосунки між чоловіком і жінкою не завжди набувають статусу сімейної пари. Позашлюбне кохання, маргіналізоване в допостмодерні часи, більше не зазнає суспільного остракізму, оголошує coming-out і впевнено прокладає собі

шлях у публічній текстовій площині. Представником зазначеної чоловічої ролі є коханець (приятель). Зазвичай цей образ номінується стилістично маркованою лексемою *lover*, яка наділена такою семантикою: a person who is in love with another; a person who has a sexual or romantic relationship with another; a person with whom one conducts an extramarital sexual affair; a person who has a strong enjoyment or liking for something, as specified; a person who loves, especially a person who has or shows a warm and general affectionate regard for others (BD; CD); one who loves; one who has a tender affection, particularly for a female; a friend; one who regards with kindness (ADEL); a partner in a sexual relationship outside marriage (OLD); one who loves another, especially one who is involved in a romantic or sexual relationship with another (AHDEL). У переважній більшості лексикографічних джерел представлено особу без вказівки на біологічну стать. Отже, значення маскулінного типажу *lover* семантизується такими позиціями, як 1) особа, яка вступає в романтичні й сексуальні стосунки з іншою особою; 2) сексуальні стосунки із «коханцем» не є шлюбними; 3) стосунки з «коханцем» супроводжуються позитивним емоційним ставленням. Як засвідчує аналіз текстів художньої прози, лексема *lover* вживається на позначення осіб чоловічої статі, які мають **позашлюбні стосунки із жінками**:

Charity felt she would like to fall in love with Sebastien. It would be an escape; he could be her dream-man as Mark had briefly been, the elegant, immaterial lover sustaining life's provincial dreariness. Leon or Rodolphe in 'Madame Bovary' (Oakley MR, 1991, c. 119).

Мрії героїні про коханця (*lover*) супроводжуються думками про кохання (*love*). Вони нав'язані прочитаними любовними романами, на що вказує фрагмент прецедентного тексту (згадка про персонажів роману «Пані Боварі» Г. Флобера).

Інша лексична одиниця на позначення «приятеля (коханця)» – лексема *boyfriend*, яка має таке лексикографічне представлення: a frequent or favorite male companion; beau; a male friend; a male lover (BD); a man or boy that a person is having a romantic or sexual relationship with (CD; OLD); a male companion or friend with whom one has a sexual or romantic relationship; a male friend (AHDEL). Поняттєвий зміст образу «приятель» зводиться до такого ключового атрибута: доросла особа чоловічої статі, з якою підтримуються романтичні або сексуальні стосунки іншою особою будь-якої статі. Таким чином, ідентичність гендерного типажу *boyfriend* – маскулінна, на відміну від його романтичних чи сексуальних партнерів. Типаж найчастіше виявляє себе як **приятель незаміжніх дівчат**:

I wrote dutifully to Adele, filling the blankets for all of us: news from Helen at school in Los Angeles, Bonnie's latest boyfriend (Fu, 2014).

Уривок демонструє, що основними новинами, про які дівчата-підлітки писали своїй більш дорослій сестрі, – події в школі та стосунки із хлопцем-приятелем (*boyfriend*).

Жінки можуть називати свого приятеля по-іншому:

He came back into the house with his arms full of wet white roses just as Charity was letting in the first guests. Margaret Lacey and her current man, a golden-haired anthropologist from Paris (Oakley MM, 1991, c. 261).

Персонаж із процитованого фрагмента Маргарет привела на вечірку свого «приятеля (коханця)» (*current man*). Суттєвим для змісту цієї маскулінної номінації є поєднання іменника на позначення дорослої особи чоловічої статі (*man*), що вказує на гетеросексуальну ідентичність жінки, із прикметником *current* (нинішній, поточний, чинний), який натякає на непостійність такого статусу і швидкоплинність стосунків.

Як засвідчує аналіз англійських текстів, маскулінна гендерна ідентичність у прозових постмодерністських творах розпадається на низку типажів, які втілюють і стереотипні суспільні настанови про біологічних чоловіків та їхні соціокультурні атрибути, продиктовані патріархальною мораллю більшості сучасних спільнот, і представляють образ «нового чоловіка», сформованого під впливом індустріальних, соціальних і культурних змін, яких зазнало суспільство наприкінці ХХ – на початку ХХ століть. Соціальні умови, при яких могла переважати більшість гендерних протиставлень, у добу постмодернізму ліквідовані. Порядком денний гуманітарних досліджень містить теорію різності (*Гендер для медій, 2014, с. 182*) – різних чоловіків, як і різних жінок, що дозволяє ідентифікувати різноманітні гендерні типажі всередині статево однорідної групи (маскулінної, фемінної).

Висновки. Сучасне тлумачення поняття маскулінності опирається на його філософський, соціальний, національно-культурний та фізіологічний складники. Означування усіх аспектів цього гетерогенного явища здійснюється мовними одиницями, наділеними відповідним компонентом (системним і контекстуальним) у своїй семантичній структурі. Маскулінні номінації набувають різного частиномовного вираження й виходять за межі одиначної лексеми. Мовний інвентар позначення чоловічої присутності в тексті формує лексико-семантичне поле маскулінності, компоненти якого вільно пересуваються в межах текстів (дискурсів), відрізняючись стилістичною маркованістю. Постмодерністське уявлення про маскулінність насамперед демонструє відмову від уніфікованого патріархального зразка чоловічості. Маскулінність утверджується елементами успішності, насильництва, підлеглості, етнічності, зовнішності та набуває рис перформативності, а не біологічної даності. Мірилом чоловічої ідентичності стає здатність, сміливість маніфестувати гендерну сутність, порушити нормативність, започаткувати новітній стереотип маскулінності. Перспективними можуть бути дослідження когнітивного потенціалу маскулінних номінацій як носіїв сконцентрованого смислу, семантичного згустку, трансформує відповідні структури свідомості як відгук на трансформації позамовної дійсності.

Список літератури

- Батлер Дж. Гендерное беспокойство. *Антология гендерной теории*. Минск, 2000. С. 297–346.
- Бурейчак Т. Гегемонія чоловіків: від теорії до практики. *Журнал «Я»*. 2015. № 3 (39). С. 2–5.
- Гендер для медій / за ред. М. Маєрчик. Київ : Критика, 2017. 220 с.
- Кон И. С. Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире. *Этнографическое обозрение*. 2010. № 6. С. 99–114.
- Космеда Т. А. Гендерна лінгвістика в Україні : історія, теоретичні засади, дискурсивна практика : колект. моногр. / за наук. ред. Т. А. Космеда. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди ; Дрогобич : Коло, 2014. 472 с.

- Перехресні стежки українського маскуліного дискурсу: Культура й література XIX–XXI століть / за ред. А. Матусяк. Київ : Laurus, 2014. 368 с.
- Burke P. J., Tully J. C. The Measurement of Role Identity. *Social Force*. 1977. 55 (4). P. 881–197.
- Butler J. Bodies that matter, on the discursive limits of sex. New York & London : Routledge, 1993. 288 p.
- Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. N.Y. : Routledge, 1990. 172 p.
- Butler J. Undoing Gender. N. Y. : Routledge, 2004. 288 p.
- Carrigan T., Connell B., Lee J. Towards a new sociology of masculinity. *Theory and Society*. 1985. Vol. 14/5. P. 551–604.
- Connell R. Gender. Short Introductions. Cambridge : Polity Press, 2002. 200 p.
- Connell R. W., Messerschmidt J. W. Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*. 2005. Vol. 19. No. 6. P. 829–859.
- Connell R. W. Masculinities. Cambridge : Polity Press, 1995. 349 p.
- Eugenides J. Middlesex. URL: http://royallib.com/book/Eugenides_Jeffrey/Middlesex.html (дата звернення: 10.12.2016).
- Feinberg L. Stone Butch Blues. Los Angeles : Alyson Books, 2003. 564 p.
- Fu K. For Today I Am a Boy. URL: <https://www.goodreads.com/reader/49839-for-today-i-am-a-boy?percent=1.385412> (дата звернення: 08.11.2016).
- Macia M., Maharaj P., Gresh A. Masculinity and male sexual behaviour in Mozambique. *Culture, Health & Sexuality*. 2011. Vol. 13. Issue 10. P. 1181–1192.
- McCall G. J., Simmons J. L. Identities and Interactions. An Examination of Human Associations in Everyday Life. New York : Free Press, 1978. 288 p.
- Mosse G. L. The image of man: the creation of modern masculinity. Oxford : Oxford University Press, 1998. 232 p.
- Oakley A. Matilda's Mistake. London : Flamingo, 1991. 167 p.
- Oakley A. The Men's Room. London : Flamingo, 1991. 312 p.
- Pleck J. H. The Myth of Masculinity. Cambridge, MA : MIT Press, 1981. 240 p.
- Prospero M., Fawson P. Sexual coercion and Mental Health Symptoms Among Heterosexual Men: The Pressure to say "Yes". *American Journal of Men's Health*. 2010. No. 4 (2). P. 98–103.
- Weitzer R., Kubrin Ch. E. Misogyny in Rap Music: A Content Analysis of Prevalence and Meanings. *Men and Masculinities*. 2009. Vol. 12. No. 1. P. 3–29.
- Wilson E. O. On Human Nature. Cambridge, Mass : Cambridge University Press, 1978. 260 p.
- Woodward K. On and Off the Pitch: Diversity policies and transforming identities? *Cultural Studies*. 2007. No. 21 (4–5). P. 758–778.
- ADEL – American Dictionary of the English Language. URL: <http://websterdictionary1828.com> (дата звернення: 15.08.2017).
- AHDEL – The American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <https://www.ahdictionary.com/word/search.html> (дата звернення: 18.06.2016).
- BD – Browse Dictionary. URL: <http://www.dictionary.com/browse> (дата звернення: 12.07.2017).
- CD – Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (дата звернення: 02.05.2016).
- OLD – Oxford Learner's Dictionary. URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата звернення: 14.08.2017).

References

- Batler, Dzh. (2000). Henderneoe bospokoistvo [Gender Trouble]. *Antolohyia hendernoi teoryy*. Minsk, 297–346.
- Bureichak, T. (2015). Hehemoniia cholovikiv: vid teorii do praktyky [Men's Hegemony: from Theory to Practice]. *Zhurnal «Ia»*, № 3 (39), 2–5.
- Hender dlia medii* [Gender for Media] (2014) / za red. M. Maierchyk. Kyiv: Krytyka.
- Kon, I. S. (2010). Meniaiushchiesia muzhchyny v yzmeniaiushchemsia myre [Changing Men in the Changing World]. *Etnohrafycheskoe obozrenye*, № 6, 99–114.
- Kosmeda, T. A. (2014). *Henderna linhvistyka v Ukraini: istoriia, teoretychni zasady, dyskursyvna praktyka* [Gender Linguistics in Ukraine : History, Theoretical Background, Discursive Practice] : kolekt. monohr. / za nauk. red. T. A. Kosmedy. Kharkiv: KhNPU im. H. S. Skovorody; Drohobych: Kolo.
- Perekhresni stezhky ukrainskoho maskulinnoho dyskursu: Kultura y literatura XIX–XXI stolit* [Crossing Paths of the Ukrainian Masculine Discourse : Culture and Literature of the 19th-21st Centuries] (2014) / za red. A. Matusiak. Kyiv: Laurus.

- Burke, P. J., Tully, J. C. (1977). The Measurement of Role Identity. *Social Force*, 55 (4), 881–197.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter, on the discursive limits of sex*. New York & London: Routledge.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. N.Y.: Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing Gender*. N. Y.: Routledge.
- Carrigan, T., Connell, B., Lee, J. (1985). Towards a new sociology of masculinity. *Theory and Society*, Vol. 14/5, 551–604.
- Connell, R. (2002). *Gender. Short Introductions*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R. W., Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, Vol. 19, No. 6, 829–859.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Eugenides, J. Middlesex. URL: http://royallib.com/book/Eugenides_Jeffrey/Middlesex.html (retrieved: 10.12.2016).
- Feinberg, L. (2003). *Stone Butch Blues*. Los Angeles: Alyson Books.
- Fu, K. For Today I Am a Boy. URL: <https://www.goodreads.com/reader/49839-for-today-i-am-a-boy?percent=1.385412> (retrieved: 08.11.2016).
- Macia, M., Maharaj, P., Gresh, A. (2011). Masculinity and male sexual behaviour in Mozambique. *Culture, Health & Sexuality*, Vol. 13, Issue 10, 1181–1192.
- McCall, G. J., Simmons, J. L. (1978). *Identities and Interactions. An Examination of Human Associations in Everyday Life*. New York: Free Press.
- Mosse, G. L. (1998). *The image of man: the creation of modern masculinity*. Oxford: Oxford University Press.
- Oakley, A. (1991). *Matilda's Mistake*. London: Flamingo.
- Oakley, A. (1991). *The Men's Room*. London: Flamingo.
- Pleck, J. H. (1981). *The Myth of Masculinity*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Prospero, M., Fawson, P. (2010). Sexual coercion and Mental Health Symptoms Among Heterosexual Men: The Pressure to say “Yes”. *American Journal of Men's Health*, No. 4 (2), 98–103.
- Weitzer, R., Kubrin, Ch. E. (2009). Misogyny in Rap Music: A Content Analysis of Prevalence and Meanings. *Men and Masculinities*, Vol. 12, No. 1, 3–29.
- Wilson, E. O. (1978). *On Human Nature*. Cambridge, Mass: Cambridge University Press.
- Woodward, K. (2007). On and Off the Pitch: Diversity policies and transforming identities? *Cultural Studies*, No. 21 (4–5), 758–778.
- ADEL – American Dictionary of the English Language. URL: <http://websterdictionary1828.com> (retrieved: 15.08.2017).
- AHDEL – The American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <https://www.ahdictionary.com/word/search.html> (retrieved: 18.06.2016).
- BD – Browse Dictionary. URL: <http://www.dictionary.com/browse> (retrieved: 12.07.2017).
- CD – Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (retrieved: 02.05.2016).
- OLD – Oxford Learner's Dictionary. URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (retrieved: 14.08.2017).

УДК 811.112.2'373.611

**NOUNS, ADJECTIVES, AND VERBS AS COMPONENTS OF
GERMAN COMPOUND WORDS: PECULIARITIES OF
SEMANTICS AND COMBINATION
ІМЕННИКИ, ПРИКМЕТНИКИ ТА ДІЄСЛОВА
У СКЛАДІ НІМЕЦЬКИХ КОМПОЗИТИВ:
СЕМАНТИЧНІ ТА СПОЛУЧУВАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ**

Юлія МЕЛЬНИК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
y.melnyk@chnu.edu.ua

In the article semantic features of nouns, adjectives, and verbs as components of German determinative compound words with the models “noun + noun”, “adjective + noun”, “verb + noun” are investigated using three functional styles (belletristic, publicistic and scientific). Their lexico-semantic subclasses (34 subclasses of nouns, 14 of adjectives and 19 of verbs) were singled out and taken for the further analysis of combination of components in compound words. Using traditional methods (analysis by direct components, transformation analysis, modelling method and analysis of components or sems), as well as quantitative (chi-square criterion and coefficient K) some features of compatibility have been analyzed and its main characteristics have been identified. In this respect, the compatibility ratio of the registered models to the theoretically expected ones has been elucidated. Its intensity has been proved to be determined by the coefficient K and shows the strength of the connection between the components, as well as the number of stable connections.

It was established that the model “noun + noun” is characterized by the broadest combinatory range (0.8), thus demonstrating the high activity and popularity of compound nouns of this type in the most lexico-semantic subclasses. Stable connections between components are fixed in all of the models under study, however their quantity and intensity differ. Thus, most stable connections are in a model “noun + noun” (14% of total number of the fixed models), the most powerful connection ($K = 0.27$) in LSS of nouns “Plants” + LSS of nouns “Plants” and LSS of adjectives “Belonging” + LSS of nouns “State, its attributes”. The research has also proved that semantic identity or congruence of components, when units of the same LSS are combined in one model or consistency is observed between them.

Key words: compound noun, lexical-semantic subclass of nouns, adjectives and verbs, range/selectivity of combination, significant ties.

На матеріалі трьох функціональних стилів (художнього, наукового та публіцистичного) досліджено семантичні характеристики іменників, прикметників та дієслів у складі німецьких детермінативних композитів, утворених за моделями “іменник + іменник”, “прикметник + іменник”, “дієслово + іменник”. У ході аналізу визначено їх лексико-семантичні підкласи: 34 ЛСП іменників, 14 ЛСП прикметників та 19 ЛСП дієслів, на основі яких здійснено подальший аналіз сполучуваності компонентів складних слів. За допомогою традиційних методів (аналіз за безпосередніми складниками, трансформаційний аналіз, метод моделювання та аналіз компонентів або сем), а також квантитативних (критерію χ^2 та коефіцієнта спряженості K) проаналізовано деякі особливості сполучуваності та визначено її основні характеристики: широта сполучуваності, яка показує кількість фактично зафіксованих моделей до теоретично очікуваних, її інтенсивність – визначається за допомогою коефіцієнта K і показує силу зв'язку між компонентами, а також кількість стабільних зв'язків.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що найбільшою широтою сполучуваності (0,8) характеризується модель “іменник + іменник”, яка таким чином демонструє високу активність та популярність композитів такого типу у більшості ЛСП. Стабільні зв'язки між компонентами зафіксовані в усіх досліджуваних моделях, однак різняться як їхня кількість, так і інтенсивність: найбільше стандартних зв'язків у конструкції “іменник + іменник” (14 % від загальної кількості зафіксованих моделей), найсильніші зв'язки ($K=0,27$) у ЛСП іменників “Рослини” + ЛСП іменників “Рослини” та ЛСП прикметників “Належність” + ЛСП іменників “Держава, її атрибути”. Під час нашої розвідки було виявлено ще одну особливість поєднання компонентів складних слів, а саме семантичну ідентичність або конгруентність компонентів, коли в одній моделі поєднуються одиниці тієї ж ЛСП або між ними спостерігається узгодженість.

Ключові слова: іменні композити, лексико-семантичні підкласи іменників, прикметників та дієслів, широта/селективність сполучуваності, стабільні зв'язки.

Вступ. Словоскладання в німецькій мові постійно знаходиться у центрі уваги германістів. Окрім добре відомих фундаментальних робіт (*Генцен, 1957; Ербен, 2000; Клуге, 1913; Кюнгольд, Путцер та Велман, 1978; Мотш, 1999; Науман, 2000; Фляйшер та Барц, 1995*), в яких розглядаються основи німецького словотвору, в тому числі й словоскладання, існує велика кількість досліджень, присвячених таким питанням, як структура та класифікація складних слів (*Барц, 2000; Доналіз, 2002; Ербен, 2000; Карпюк, 2016; Науман, 2000; Рись та Пасик, 2019; Степанова, 1953*), функціонування з'єднувального елемента у складних словах (*Дресслер та Барбареші, 1991; Галманн, 1998; Лінднер, 1998; Нюблінг, 2004*), прагматичним та синтагматичним відношенням в складних конструкціях (*Ортнер, 1991*), вживанню складних слів у різних функціональних стилях (*Дребет, 2019; Левковская, 1960; Радзюк, 2018; Рінтс, 2001; Саєнко, 2002; Файне, 1997; Чанг, 2005*), ряду інших актуальних питань (*див напр., Генчель, 2016*).

Серед великої кількості робіт в області німецького словотвору, на жаль, лише невелика частина присвячена розгляду питань, пов'язаних не зі структурою, а із семантикою складних слів у німецькій мові (*див., напр., Вандермерен, 1999; Лангер, 1998; Роте, 1988; Талалай, 2011; Шрьодер, 1979; Штайнер, 2002*).

Хоча існує точка зору, що будь-який іменник німецької мови може вступати у взаємозв'язок із будь-яким іншим іменником, утворюючи нове складне слово (*див., напр., Лангер, 1998*), сполучувальні потенції іменників, як і інших частин мови, у складі складних слів залишаються мало вивченими, а наступні питання актуальними. Чи ж насправді свобода поєднання іменників у складі складного слова є необмеженою? Якщо ж існують якісь обмеження, то як і в якій мірі вони проявляються? Чи можемо ми відкрити, або навіть виміряти розмах (широту) лексичної сполучуваності компонентів складного слова? Чи можемо ми відкрити і якимось чином виміряти силу зв'язку між компонентами складного слова? Чи існують якісь закономірності сполучення слів або класів слів у складі складного слова? Ці та інші питання давно шукають свого вирішення. Таким чином, мета даного дослідження – вивчення семантичної сполучуваності компонентів всередині субстантивних композитів німецької мови. Відповідно до цього нашим завданням було описати лексико-семантичні підкласи компонентів, з яких складаються найчастотніші структурні та семантичні моделі складних іменників, та дослідити міру зв'язку між їх компонентами.

Методи дослідження. Досліджуючи словотвірні процеси в мові, традиційно застосовують такі методи: аналіз морфем, аналіз за безпосередніми складниками, трансформаційний аналіз, метод моделювання та аналіз компонентів або сем.

У кінці ХХ ст. починається дослідження словотвірних процесів за допомогою квантитативних методів. Їх застосування для вивчення лінгвістичних фактів має як прихильників, так і противників, однак, математичні методи, як справедливо зауважує В. І. Перебийніс (2002, с. 12), “не тільки додають більшої ваги та авторитетності, доказовості мовознавчим висновкам, але здатні розкрити такі закономірності будови мови та мовлення, які без них розкрити неможливо”.

При розгляді сполучення семантичних підкласів іменників у складному слові ми брали за основу головне слово, тобто детермінат, адже саме воно “становить семантичну базу цілої конструкції” (*Науманн, 2000, с. 43*), та

досліджували його з точки зору кількісних та якісних особливостей сполучення з означальним словом, детермінантом. Кількісні дані розподілу семантичних моделей піддано аналізу за допомогою критерію хі-квадрат та коефіцієнта спряженості K , які дозволяють встановити наявність стабільного зв'язку між компонентами складного слова та його міру

Найбільш розповсюджена формула для обчислення критерію хі-квадрат: $\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$, де O – фактично спостережувані величини, E – теоретично очікувані (Левіцький, 2004).

Досить часто в дослідженні доцільно подавати дані для аналізу у вигляді так званого альтернативного розподілу. У цьому випадку багатопільні таблиці зводяться до чотиріпільних з двома стовпцями та двома рядками й сума χ^2 обчислюється за формулою

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc)^2 N}{(a + c)(b + d)(a + b)(c + d)}$$

та d – емпіричні величини в чотиріпільній таблиці, а N – загальна кількість спостережень.

Для прикладу наведемо чотиріпільну таблицю підрахунку суми χ^2 для моделі ЛСП “Особа” + ЛСП “Особа” (див. Табл. 1).

Таблиця 1

Підрахунки χ^2 для семантичної моделі ЛСП “Особа” + ЛСП “Особа”

Детермінант	ЛСП “Особа”	Інші ЛСП	Сума
ЛСП “Особа”	76 _a	528 _b	604
Інші ЛСП	613 _c	6189 _d	6802
Сума	689	6717	7406

Отримана сума хі-квадрат дорівнює 8,44. Оскільки ступінь свободи df для даної таблиці – 1, а критична величина χ^2 – 3,84, отримана сума вища за критичну. У такому випадку у статистиці прийнято відкидати так звану нульову гіпотезу. Іншими словами, якщо сума χ^2 більша за критичну величину, то це означає, що між ознаками, частоти яких аналізувалися, існує взаємозв'язок. Його міру в цьому випадку можна визначити за допомогою коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова K , який розраховуємо за формулою

$$K = \sqrt{\frac{\chi^2}{N\sqrt{(r-1)(c-1)}}$$

де N – загальна кількість спостережень, r – кількість рядків у таблиці, c – кількість стовпчиків.

Величини коефіцієнта взаємної спряженості можуть отримувати значення від 0 до +1, а значущість встановлюється відповідно до величини χ^2 .

Найбільш зручним матеріалом для отримання відповідей на поставлені вище запитання є, безумовно, художня проза, оскільки можна очікувати, що найбільша кількість не зафіксованих у словнику, тобто авторських складних слів-неологізмів зустрінуться в текстах, сукупність яких прийнято називати художнім стилем. Однак при цьому не варто виключати й того, що словотвір

може мати якісь особливості залежно від функціонального стилю. Тому вибірку доцільно організувати таким чином, щоб художній стиль можна було порівняти та доповнити іншими функціональними стилями для якомога ширшого представлення лексичного складу сучасної німецької мови. Найбільший інтерес із врахуванням поставлених у дослідженні задач представляють публіцистичний та науковий стилі, тож вибірка складена з трьох груп текстів, що відносяться до художньої прози (більше 340 тис. слововживань), наукового стилю (більше 37 тис. слововживань) і публіцистичного (більше 32,5 тис.).

Організація вибірки передбачає дотримання низки вимог. Насамперед, це вимоги щодо однорідності вибірки (*Перебийніс, 2002*). Лінгвістична однорідність охоплює кілька рис, серед яких найважливішими є хронологічна, жанрова та тематична обмеженість тексту. Саме тому в нашому дослідженні хронологічна обмеженість не перевищує 50 років, що ж до жанрової та тематичної, то їх скасовано, оскільки завдання полягає саме в порівнянні даних з різних стилів, а також розкритті закономірностей, які властиві відповідному стилю загалом, тобто є його характерною рисою.

Сукупність художніх текстів склали 16 романів 8 відомих німецьких авторів, що вийшли друком з 70-х до 90-х рр. ХХ ст. (Г. Белль, М. Вальзер, К. Вольф, С. Гейм, Г. Грасс, Г. Кант, З. Ленц, Е. Льост). Наукові тексти – це 7 монографій в галузі біології, екології, економіки, правознавства, соціології, філології та хімії (1980-90-і рр. ХХ ст.). Дослідження публіцистики здійснювалося на основі німецьких газет *Die Welt*, *Die Zeit* і журналу *Der Spiegel* з 90-х рр. ХХ ст. (повний список джерел ілюстративного матеріалу див. *Мацкуляк, 2007*). Загальна кількість виписаних складних іменників склали 17 179 одиниць: 10 825 – з художньої літератури (аналізувалася кожна 5 сторінка), 3 327 – з наукової (аналізувалася кожна 20 сторінка) та 3 027 – з публіцистики (аналізувалися статті на першій сторінці газет і журнальні рубрики *Titel*, *Deutschland*, *Gesellschaft*, *Ausland*).

Відносна похибка вибірки для художньої прози не перевищує 2 %, наукового стилю – 3 %, а публіцистики – 4 %. Таким чином, величина відносної похибки вибірки, її досить широка репрезентативність і досить висока хронологічна однорідність дозволяють сподіватися, що отриманий матеріал здатний забезпечити надійність очікуваних результатів.

Результати та обговорення.

1. Семантика підкласів досліджуваних іменників

Семантику компонентів, з яких утворене складне слово, можна вивчати на рівні окремого слова або підкласу слів. Оскільки задачею нашого дослідження є виявлення найбільш загальних закономірностей семантичної сполучуваності компонентів складного слова, зрозуміло, що в цьому випадку дослідження доцільно здійснити на рівні підкласу слів. У нашому дослідженні розглядаємо саме ці одиниці – лексико-семантичні підкласи слів (далі ЛСП), які характеризуються як “лексичні поля парадигматичного типу, що становлять більш-менш складні угруповання, члени яких зв’язані спільним змістом” (*Васильєв, 1990, с. 126*).

Проблема семантичної класифікації лексеми, тобто об'єктивного розподілу досліджуваного набору лексичних одиниць по певних семантичних підкласах, залишається до цього часу не вирішеною, хоча в семасіології неодноразово здійснювалися спроби розробити більш-менш формальну процедуру семантичної класифікації із застосуванням структурних, психолінгвістичних і статистичних методів. Тому, як правило, більшість існуючих семантичних класифікацій лексем ґрунтуються на інтуїтивному аналізі, хоча, зрозуміло, в роботах, присвячених аналізу змістової сторони мови розроблено цілу низку вимог щодо проведення категоризації лексичних одиниць, що покликані забезпечити максимальну об'єктивність такої категоризації (див. *Левицький, 2006*).

Семантичні класифікації іменників (N), прикметників (A) та дієслів (V) у нашому дослідженні було розроблено на основі всіх складних одиниць з вибірки, утворених за моделлю N + N, A + N та V + N. Розподіл при цьому здійснено за першим значенням, зафіксованим у словнику DUDEN (1995). Запропоновані класифікації видаються найбільш зручними для нашого дослідження й відображають усі семантичні особливості іменників, прикметників та дієслів у ролі детермінантів та детермінатів. За основу в них покладено поділ на загальні класи. Так, як відомо, семантичні характеристики іменників доволі широкі (*Смірнова, 1982*), вони охоплюють позначення живого і неживого, конкретних та абстрактних понять, власні й загальні назви. Набір семантичних категорій іменників включає такі лексико-семантичні підкласи (ЛСП):

1. ЛСП “Особа”, напр.: *Mensch, Arbeiter, Mann, Gott, Führer* та ін.
2. ЛСП “Тварини”, напр.: *Pferd, Fisch, Hund, Löwe, Butt, Biene* та ін.
3. ЛСП “Соматизми”, напр.: *Hand, Kopf, Blut, Ei, Leib, Brust* та ін.
4. ЛСП “Атрибути людини”, напр.: *Schuh, Hose, Schmuck, Krone* та ін.
5. ЛСП “Рослини”, напр.: *Reis, Frucht, Apfel, Hafer* та ін.
6. ЛСП “Речовини та матеріали”, напр.: *Wasser, Sand, Stoff, Beton* та ін.
7. ЛСП “Простір і місце”, напр.: *Land, Stadt, Ost, Wald, Lager* та ін.
8. ЛСП “Будинки та споруди”, напр.: *Haus, Büro, Kirche, Dach* та ін.
9. ЛСП “Предмети та інструменти”, напр.: *Waffe, Buch, Tasche* та ін.
10. ЛСП “Їжа та напої”, напр.: *Bier, Milch, Tee, Pfeffer, Schnaps* та ін.
11. ЛСП “Кількість, одиниці виміру”, напр.: *Atom, Kern, Zusatz* та ін.
12. ЛСП “Рух”, напр.: *Reise, Verkehr, Flug, Ausgang, Strömung, Ablauf* та ін.
13. ЛСП “Діяльність, дія”, напр.: *Arbeit, Regierung, Bau, Trocknung* та ін.
14. ЛСП “Буття”, напр.: *Leben, Tod, Frieden, Schluß, Anfang, Bestand* та ін.
15. ЛСП “Посесивна сфера”, напр.: *Gut, Besitz, Einkommen, Erwerb* та ін.
16. ЛСП “Ментальна сфера”, напр.: *Geist, Traum, Gedanke, Planung* та ін.
17. ЛСП “Сприйняття”, напр.: *Sinn, Aussicht* та ін.
18. ЛСП “Психічна сфера”, напр.: *Wahl, Liebe, Wunsch, Seele, Wille* та ін.
19. ЛСП “Мова, мовлення”, напр.: *Wörter, Sprache, Brief, Zeitung* та ін.
20. ЛСП “Фізіологічна сфера”, напр.: *Pest, Schmerz, Gicht, Migräne* та ін.
21. ЛСП “Поведінка та вчинки”, напр.: *Krieg, Kampf, Ehre, Reform* та ін.
22. ЛСП “Якості людини”, напр.: *Energie, Kraft, Unabhängigkeit* та ін.
23. ЛСП “Природні явища та стани”, напр.: *Regen, Schnee, Brand* та ін.
24. ЛСП “Фізичні якості”, напр.: *Temperatur, Schall, Akkord, Farbe* та ін.

25. ЛСП “Час, вік”, напр.: *Jahr, Nacht, Morgen, Winter, Jugend, Alter* та ін.
26. ЛСП “Параметри та ознаки предмету”, напр.: *Qualität, Rasse* та ін.
27. ЛСП “Захід, гра”, напр.: *Markt, Streik, Skat, Revolution* та ін.
28. ЛСП “Власні назви”, напр.: *Bosnien, Silvester, Marie, Weichsel* та ін.
29. ЛСП “Держава, її атрибути”, напр.: *Staat, Wirtschaft, Militär* та ін.
30. ЛСП “Документи, гроші”, напр.: *Geld, Preis, Lohn, Tarif, Akte* та ін.
31. ЛСП “Терміни”, напр.: *Extraktion, Adsorption, Diffusion, Priorität* та ін.
32. ЛСП “Збірні назви людей, організації”, напр.: *Familie, Bund, Amt* та ін.
33. ЛСП “Абстрактні поняття”, напр.: *Macht, Sicherheit, Glück* та ін.
34. ЛСП “Наука, культура, традиції”, напр.: *Kultur, Kunst, Signal* та ін.

Семантична класифікація прикметників у нашому дослідженні включає такі підкласи:

1. ЛСП “Розмір, відстань”, напр.: *groß, klein, hoch* та ін.
2. ЛСП “Кількість”, напр.: *einzel, doppelt, halb, gesamt* та ін.
3. ЛСП “Час”, напр.: *neu, jung* та ін.
4. ЛСП “Оцінка”, напр.: *spezial, edel, normal, wohl, original* та ін.
5. ЛСП “Напрямок”, напр.: *quer* та ін.
6. ЛСП “Стан”, напр.: *wild, roh, fest, frisch, leer, rein, schwach* та ін.
7. ЛСП “Порівняльні характеристики”, напр.: *ideal, höchst, relativ* та ін.
8. ЛСП “Якості людини”, напр.: *gemein* та ін.
9. ЛСП “Зовнішність”, напр.: *blind, stumm* та ін.
10. ЛСП “Ділова лексика”, напр.: *adsorptiv, azeotrop, kriminal* та ін.
11. ЛСП “Належність”, напр.: *national, eigen, privat, frei, fremd* та ін.
12. ЛСП “Фізичні якості”, напр.: *weiß, rot, sauer, trocken, steil* та ін.
13. ЛСП “Матеріал”, напр.: *silbern* та ін.
14. ЛСП “Місце”, напр.: *ober..., mittler..., hinter..., unter..., inner...* та ін.

Семантичні характеристики дієслів охоплюють дієслова дії, стану та процесу, а також модальні дієслова, які в якості детермінантів іменних композитів не зафіксовані. Розглянемо більш детально отримані підкласи.

1. ЛСП “Рух”, напр.: *fahren, drehen, fließen, reiten, schleppen, tanzen* та ін.
2. ЛСП “Звучання та комунікація”, напр.: *reden, werben, nennen* та ін.
3. ЛСП “Неспіввіднесена дія”, напр.: *leiten, spielen, turnen* та ін.
4. ЛСП “Поведінка”, напр.: *prüfen, tarnen, wetten, fasten, stören* та ін.
5. ЛСП “Досягнення мети”, напр.: *nutzen* та ін.
6. ЛСП “Обробка предмету”, напр.: *braten, räuchern, messen, spülen* та ін.
7. ЛСП “Фізіологічна дія”, напр.: *schlafen, essen, speisen, trinken* та ін.
8. ЛСП “Передача та отримання”, напр.: *sammeln, wechseln, sparen* та ін.
9. ЛСП “Фізичний вплив на об’єкт”, напр.: *kratzen, pressen, wickeln* та ін.
10. ЛСП “Стан”, напр.: *schalten, sieden, platzen, schlachten, tiefkühlen* та ін.
11. ЛСП “Моральний вплив”, напр.: *betteln* та ін.
12. ЛСП “Сенсорне сприйняття”, напр.: *horchen, lauschen, sehen* та ін.
13. ЛСП “Почуття”, напр.: *lachen, trauern* та ін.
14. ЛСП “Розумова діяльність”, напр.: *denken, rektifizieren, lernen* та ін.
15. ЛСП “Буття”, напр.: *sterben, brennen, leben* та ін.
16. ЛСП “Розташування”, напр.: *wohnen, ruhen, warten, liegen* та ін.

17. ЛСП “Володіння та приналежність”, напр.: *fehlen, halten* та ін.

18. ЛСП “Процес”, напр.: *tauen* та ін.

19. ЛСП “Фазові дієслова”, напр.: *dauern* та ін.

Таким чином, іменники-детермінати в усіх трьох моделях N + N, A + N, V + N були розподілені за 34 лексико-семантичними підкласами та детермінанти в названих вище моделях – відповідно за 34 підкласами іменників, 14 підкласами прикметників і 19 підкласам дієслів.

Сполучуваність компонентів, з яких складається іменник-комполит, можна охарактеризувати за декількома параметрами. До найважливіших з них належать, на нашу думку, такі як широта та селективність сполучуваності, її інтенсивність та кількість стабільних зв'язків.

2. Сполучувальні характеристики компонентів у моделі N + N

34 підкласи іменників, які можуть виступати в ролі детермінанта або детерміната можуть утворити потенційно 1 156 сполук. Однак, чи всі клітинки таблиці заповнюють реально зафіксовані одиниці? У таблиці 2 подано дані щодо наявних моделей.

Першим важливим спостереженням, яке можна зробити на основі зафіксованих даних, є той факт, що далеко не всі клітини виявилися заповненими. Ступінь селективності сполучуваності, що обернено пропорційний кількості заповнених позицій (у нашій моделі це 943), складає 0,2, тоді як широта сполучуваності – 0,8.

На основі цих кількісних даних ми провели розрахунки критерію хі-квадрат і у тих моделях, які виявили стабільний зв'язок (сума $\chi^2 > 3,84$), встановили його міру за показником коефіцієнту спряженості K – від 0,27 (для моделі ЛСП “Рослини” + ЛСП “Рослини”) до 0,02 (загалом 13 моделей). Розрахувавши середнє значення міри стабільного зв'язку за формулою знаходження середнього арифметичного (див. *Перебийніс, 2002*), ми встановили, що воно дорівнює 0,05. Отже, можна виділити такі типи зв'язків між компонентами складних іменників, утворених за моделлю N + N:

- 1) моделі з сильним зв'язком – $K > 0,05$;
- 2) моделі з середнім зв'язком – $K = 0,05$;
- 3) моделі зі слабким зв'язком – $K < 0,05$.

Окрім того, привертають до себе увагу декілька особливостей. Між підкласами іменників, які репрезентують детермінанти та детермінати, спостерігаємо семантичне узгодження. Це проявляється насамперед у тому, що в тих випадках, де зафіксовані суттєві зв'язки (у таблиці 3 вони позначені значком +), підклас детерміната обов'язково сполучається з тим самим підкласом детермінанта (ЛСП “Особа” + ЛСП “Особа”, ЛСП “Соматизми” + ЛСП “Соматизми”, ЛСП “Атрибути людини” + ЛСП “Атрибути людини” і т.д.).

У названих випадках можна говорити про **семантичну ідентичність** компонентів складних іменників. У багатьох інших випадках спостерігаємо **семантичну конгруентність** між компонентами складних слів. Наприклад, підклас “Особа” сполучається з підкласом “Збірні назви людей, організації”, підклас “Соматизми” сполучається з підкласом “Фізіологічна сфера”.

Таблиця 2 Розподіл за семантичними моделями у конструкції N + N (1. – № ЛСП детермінанта, 2. – № ЛСП детерміната)

2. 1.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	Σ	
1	76	3	33	16	7	6	40	53	53	7	17	11	14	10	3	5	2	20	42	4	36	3	6	4	14	28	11	-	17	6	1	42	8	6	604	
2	11	10	49	2	10	11	14	13	21	22	3	1	7	4	-	1	1	-	5	4	2	-	1	3	-	2	2	-	-	1	1	3	1	-	205	
3	18	3	41	6	11	11	25	6	62	8	21	9	16	7	1	1	1	8	5	12	8	-	2	9	1	23	3	-	3	1	1	3	3	4	333	
4	9	-	1	10	2	1	-	8	18	1	6	-	3	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	3	1	-	-	-	-	2	-	-	67	
5	10	6	6	4	75	22	37	12	31	32	7	3	14	2	1	1	1	-	6	2	6	-	7	1	3	18	2	-	1	1	-	3	1	2	317	
6	18	11	20	26	19	35	32	27	99	10	33	9	34	2	2	2	-	2	1	2	25	3	8	8	7	9	3	-	4	6	12	9	6	5	489	
7	72	7	14	5	13	16	98	31	41	2	10	23	18	12	4	7	-	2	13	2	15	2	5	11	5	30	7	-	11	5	3	24	3	10	521	
8	40	3	-	5	4	4	33	64	36	-	9	3	17	4	1	2	-	1	6	-	12	-	3	5	3	24	4	2	4	1	1	9	3	2	305	
9	67	9	25	10	14	15	29	39	11	4	12	5	27	7	2	5	-	1	17	1	24	-	5	5	3	28	6	-	4	3	-	21	11	9	519	
10	5	5	3	1	22	6	6	9	37	25	5	-	8	4	-	-	-	3	1	-	3	-	2	4	1	2	-	1	-	1	3	3	2	-	162	
11	7	-	1	-	-	4	7	2	6	-	9	4	9	4	3	5	-	-	3	-	8	3	1	3	1	10	1	1	5	2	6	7	3	4	119	
12	10	-	2	1	1	4	10	9	10	1	3	4	3	4	1	5	-	2	5	1	14	2	1	2	8	10	3	-	3	5	2	6	3	3	138	
13	25	3	2	7	2	10	35	20	33	1	16	9	28	14	7	18	-	8	11	2	28	9	-	6	14	40	12	-	4	2	9	16	24	5	420	
14	6	-	-	-	-	2	17	5	5	1	11	6	7	10	-	1	-	6	12	2	18	3	1	2	14	18	2	-	1	-	4	5	9	5	173	
15	3	-	1	-	-	1	3	2	3	-	7	1	6	3	3	2	-	2	1	1	3	1	1	-	-	5	-	-	2	2	-	2	1	1	57	
16	5	-	2	-	2	1	17	1	6	-	6	2	1	3	5	-	-	2	7	1	5	4	-	-	4	12	-	-	3	-	1	5	5	7	107	
17	3	-	-	-	-	-	2	1	1	-	-	1	1	1	-	1	-	3	2	1	-	-	-	-	1	6	1	-	-	-	-	-	-	1	2	28
18	7	1	2	1	1	1	8	4	7	1	4	5	4	5	-	4	2	5	10	4	18	2	3	2	6	3	6	-	2	-	1	3	3	5	130	
19	30	-	3	1	1	5	14	5	30	1	9	6	5	6	1	8	4	4	22	-	11	1	2	1	5	32	6	-	4	3	5	4	14	6	249	
20	1	-	7	1	-	2	1	1	5	1	1	2	2	6	1	1	-	3	4	9	8	1	1	-	6	3	1	-	1	1	1	1	1	2	75	
21	36	1	2	-	-	5	15	14	31	1	3	6	16	8	3	9	3	9	28	2	31	8	3	5	15	34	8	-	8	10	6	25	19	9	373	
22	2	-	-	-	-	-	1	-	3	-	1	1	1	3	1	-	1	2	1	-	6	1	-	-	-	5	2	-	2	2	1	1	2	-	39	
23	5	1	3	3	4	12	14	7	19	1	5	7	7	6	1	2	1	1	3	3	9	1	13	3	5	4	1	-	2	1	4	-	3	7	158	
24	8	-	5	3	-	-	1	1	16	-	2	3	5	3	-	1	1	1	3	1	8	3	1	3	4	4	-	-	-	1	3	4	3	3	91	
25	6	1	1	8	6	3	13	5	14	4	9	7	4	12	1	10	1	6	8	4	9	2	10	6	39	7	4	-	3	5	3	2	2	4	219	
26	12	1	4	1	1	1	7	3	6	1	13	7	8	7	4	10	4	7	4	-	24	3	-	-	4	33	2	-	2	3	5	7	8	8	200	
27	11	1	-	1	1	1	13	7	9	2	2	2	1	3	2	4	-	-	3	-	3	-	-	1	10	4	5	-	1	2	1	5	1	-	96	
28	20	-	1	1	6	5	19	12	9	1	1	9	2	1	-	1	-	1	11	1	3	-	6	-	4	3	1	-	5	2	2	2	-	2	131	
29	43	1	1	3	1	-	19	4	12	-	3	1	14	8	1	5	1	4	8	-	16	2	-	1	1	13	4	-	11	3	1	19	5	6	211	
30	11	-	-	-	-	1	4	2	11	1	2	2	4	5	2	2	-	-	6	-	12	-	-	2	1	6	-	1	6	9	-	8	2	2	102	
31	1	-	-	1	-	5	5	8	10	-	4	2	8	2	2	4	-	-	1	2	12	6	1	3	1	21	1	-	2	1	8	2	13	5	131	
32	87	-	2	1	3	4	14	25	27	1	2	5	11	6	2	11	-	10	17	-	30	3	2	5	7	21	7	-	17	4	3	35	11	6	379	
33	7	1	1	-	2	2	9	3	13	-	8	3	8	4	3	4	1	8	19	-	9	1	-	-	1	12	4	-	4	4	3	3	5	2	144	
34	17	1	2	2	1	-	2	1	10	-	4	5	7	5	3	3	-	1	6	-	4	-	-	-	4	10	3	-	4	1	1	7	1	9	114	
Σ	689	69	234	120	209	196	564	404	805	129	248	164	320	181	60	136	24	122	291	61	421	64	85	95	192	483	113	5	136	88	92	288	177	141	7406	

**Стабільні зв'язки між компонентами семантичних моделей
у складних іменниках з конструкцією N + N**
(1. – № ЛСП детермінанта, 2. – № ЛСП детерміната)

2. 1.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34		
1	•		•	•				•										•	Δ													Δ				
2		+	+			•				+																										
3			+						Δ	•										+																
4				+				•	Δ	•																										
5					+	+	•			+																										
6		•		+		+				+	Δ	•																					•			
7	•						+					•																								
8	•						•	+																												
9	•	•	•						•	+																										
10		•			+					+	+																									
11											•																							•		
12																					•													•		
13												•		•	•							•													Δ	
14											•			•							•														•	
15											•		•																							
16							•									Δ																			•	
17																																				
18																				•	•														Δ	
19																						Δ													•	
20			•																																	
21																					•														•	
22																																			•	
23																																			•	
24												•																								
25				•																																
26												•																							•	
27																																				
28	•																																			
29	+																																		Δ	
30																																			•	
31																																			•	
32	+																																		+	
33																																				
34	•																																			+

*+ позначає сильний зв'язок, Δ середній, • слабкий

Як бачимо, із 943 сполучень лише 132 (14 %) показали наявність стабільного зв'язку, із них із сильним зв'язком – 32. 17 ЛСП іменників-детермінатів мають тенденцію до утворення семантичних моделей зі

стабільним зв'язком з тими ж ЛСП іменників-детермінантів, тобто виявляють тенденцію до семантичної ідентичності. Серед них такі ЛСП:

- “Тварини” (напр., *Schweinehund, Walfisch*),
- “Атрибути людини” (напр., *Rockkragen, Stiefelhose*),
- “Рослини” (напр., *Blumenkohl, Gemüsekürbis*),
- “Речовини та матеріали” (напр., *Granitstein, Holzkohle*),
- “Простір і місце” (напр., *Bergbach, Dorfplatz*),
- “Будинки та споруди” (напр., *Münsterturm, Zellentür*),
- “Предмети та інструменти” (напр., *Bettflasche, Orgelpfeife*),
- “Їжа та напої” (напр., *Biersoße, Kuchenteig*),
- “Фізіологічна сфера” (напр., *Atemlähmung, Krampfseuche*),
- “Природні явища та стани” (напр., *Gewitterschwüle, Rauchwolke*),
- “Час, вік” (напр., *Dezembernacht, Kindheitssommer*),
- “Параметри та ознаки предмета” (напр., *Sortenechtheit, Statusunterschied*),
- “Захід, гра” (напр., *Reformationsfest, Sportspartakiade*),
- “Документи, гроші” (напр., *Guldenpfennig, Prämienlohn*),
- “Терміни” (напр., *Sublimationsenthalpie, Lexemhomonymie*),
- “Збірні назви людей, організації” (напр., *Koalitionsbündnis, Unionsfraktion*),
- “Наука, культура, традиції” (напр., *Kunstlehre, Wissenschaftsphilosophie*).

А коли так, можна говорити про певну закритість цих підкласів, оскільки іменник-означення до головного слова належить до того самого ЛСП, що й головне слово. Натомість інша частина лексико-семантичних підкласів виявляє “відкритість”, демонструючи найсильніший зв'язок з іншими ЛСП:

- “Збірні назви людей, організації”–“Особа” (напр., *Ordensritter, Parteionkel*),
- “Тварини”–“Соматизми” (напр., *Falkenaue, Hammelniere*),
- “Речовини”–“Кількість виміру” (напр., *Papierfetzen, Wassermenge*),
- “Власні назви”–“Рух” (напр., *Rompilgern, Antillenreise*),
- “Речовини та матеріали”–“Діяльність, дія” (напр., *Kohleabbau, Lehmbau*),
- “Фізіологічна сфера”–“Буття” (напр., *Hungertod, Erschöpfungszustand*),
- “Ментальна сфера”–“Посесивна сфера” (напр., *Assoziationsreichtum*),
- “Діяльність, дія”–“Ментальна сфера” (напр., *Leistungsbeurteilung*),
- “Абстрактні поняття”–“Психічна сфера” (напр., *Schadenfreude*),
- “Абстрактні поняття”–“Мова, мовлення” (напр., *Begriffserläuterung*),
- “Психічна сфера”–“Поведінка та вчинки” (напр., *Verzweiflungsakt*),
- “Терміни”–“Якості людини” (напр., *Korrosionseigenschaft*),
- “Соматизми”–“Фізичні якості” (напр., *Körperschall, Gesichtsfarbe*),
- “Збірні назви людей”–“Держава, її атрибути” (напр., *Volkswirtschaft*),
- “Терміни”–“Абстрактні поняття” (напр., *Prädikatbegriff, Emboliegefahr*).

У цьому випадку другий компонент найчастіше позначає абстрактні поняття (крім двох перших ЛСП). Отже, можна зробити висновок, що іменники на позначення абстрактних понять є більш відкритими в плані семантичного сполучення в межах складних слів та більш активними учасниками словотвірних процесів. Якщо порівняти число моделей для окремого ЛСП детерміната та кількість серед них таких, що поєднані стабільними зв'язками (див. таблицю 3), можна стверджувати, що найменш продуктивними підкласами є

ЛСП “Сприйняття” та ЛСП “Власні назви”, в яких не зафіксовано жодного стабільного зв’язку, а також ЛСП “Фізичні якості” (з 24 наявних семантичних моделей лише 1 володіє стабільним зв’язком), “Рух” (з 32 моделей лише 2 мають стабільний зв’язок), ЛСП “Посесивна сфера” (26 моделей представлено 2 зв’язками), ЛСП “Рослини” (24 моделі виявили 2 зв’язки). Найбільшою кількістю стабільних зв’язків між компонентами володіють такі ЛСП детермінатів: “Особа” (34 моделі – 8 зв’язків), ЛСП “Параметри та ознаки предмету” (34 моделі – 8 зв’язків), “Мова, мовлення” (33 моделі – 7 зв’язків), ЛСП “Поведінка та вчинки” (33 моделі – 7 зв’язків), ЛСП “Тварини” (19 моделей – 4 зв’язки).

Окрім того, підкласи “Рослини”, “Їжа та напої”, “Фізіологічна сфера” та “Природні явища та стани” характеризуються сильною мірою стабільного зв’язку майже в усіх наявних моделях, що свідчить про усталеність таких сполучень. А ЛСП “Параметри та ознаки предмета”, ЛСП “Мова, мовлення” та ЛСП “Простір і місце”, володіючи великою кількістю стабільних зв’язків, виявили лише по 1 сильному зв’язку.

3. Сполучувальні характеристики компонентів у моделі А + N

14 ЛСП прикметників та 34 ЛСП іменників можуть теоретично утворити 476 семантичних моделей. У нашому дослідженні де-факто зафіксовано трохи більше половини з них, лише 240 (див. таблицю 4). Отже, ступінь селективності сполучуваності в цій моделі становить 0,5.

До найчастотніших моделей – по 17 одиниць – належать ЛСП прикметника “Місце” + ЛСП іменника “Соматизми” (напр., *Oberhand, Unterlippe*) та ЛСП прикметника “Місце” + ЛСП іменника “Простір і місце” (напр., *Lokalebene, Mittelmeer*). У 99 сполученнях засвідчено лише по 1 слову.

Коефіцієнт спряженості K для отриманих моделей коливається від 0,27 до 0,08. Додавши усі значення K (загалом їх зафіксовано 18, або 7,5 %) та поділивши їх на їхню кількість, ми отримали середнє значення $K = 0,16$, яке характеризуватиме надалі середню міру зв’язку в моделі. Таким чином, ми отримали таку шкалу міри зв’язку між компонентами в семантичній моделі для конструкції А + N:

1. Сильний зв’язок – значення $K > 0,16$.
2. Середній зв’язок – значення $K = 0,16$.
3. Слабкий зв’язок – значення $K < 0,16$.

Моделі зі стабільним зв’язком та їх характер подано в таблиці 5.

Таблиця 5

Стабільні зв’язки між компонентами семантичних моделей у складних іменниках з конструкцією А + N

Детермінат	1	2	3	5	6	7	8	9	10	13	19	22	26	29	32	33
1								•							•	
2																•
3	•											Δ				
6					+											
7											•		+			
10										+						
11											•			+		
12		•		+	•				•							

14			+		Δ	•											
----	--	--	---	--	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

*+ – позначає сильний зв’язок, Δ – середній, • – слабкий

Як і в моделі N + N, у моделі A + N спостерігаємо узгодження (конгруентність) між компонентами сполучень. До таких моделей можна віднести ЛСП прикметників “Стан” + ЛСП іменників “Речовини та матеріали” (напр., *Rohgas, Feststoff*), ЛСП прикметників “Порівняльні характеристики” + ЛСП іменників “Параметри та ознаки предмета” (напр., *Relativgeschwindigkeit, Gleichgewicht*), ЛСП прикметників “Місце” + ЛСП іменників “Простір і місце” (напр., *Oberfläche, Hinterland*). При цьому, зрозуміло, повної ідентичності для слів, компонентами яких є прикметники та іменники, існувати не може. Складні іменники з першим компонентом прикметником не мають стабільних зв’язків з ЛСП іменників-детермінатів “Атрибути людини”, “Кількість, одиниці виміру”, “Рух”, “Буття”, “Посесивна сфера”, “Ментальна сфера”, “Сприйняття”, “Психічна сфера”, “Фізіологічна сфера”, “Природні явища та стани”, “Фізичні якості”, “Час, вік”, “Захід, гра”, “Власна назви”,

Таблиця 4

Розподіл за семантичними моделями у конструкції A + N

Детермінат Детермінант	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	Σ
1	12	2	2	-	1	2	8	4	10	-	1	3	5	2	-	-	1	1	-	1	6	1	1	-	2	4	2	1	1	1	2	8	1	2	87	
2	6	-	2	2	-	2	4	2	7	1	3	2	5	4	-	3	-	-	2	1	5	-	2	2	-	6	2	-	1	-	1	-	6	4	75	
3	13	-	-	-	2	-	3	-	-	1	3	-	4	4	1	1	-	1	-	-	3	5	-	-	4	2	-	-	-	-	1	1	1	1	51	
4	5	-	-	-	3	2	3	-	8	1	2	3	6	1	1	3	2	4	5	-	2	4	1	1	-	2	-	-	2	1	1	4	-	3	70	
5	-	-	2	1	-	-	2	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	1	-	-	-	-	12	
6	-	4	4	-	4	9	4	3	3	-	4	1	1	4	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	45
7	3	-	-	-	-	-	1	1	1	-	4	1	1	-	1	1	-	1	5	-	1	-	-	1	-	8	-	-	-	-	-	-	-	1	-	31
8	-	-	2	-	-	-	-	-	2	-	1	1	-	-	1	1	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	14
9	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	7
10	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	2	-	5	1	-	1	-	-	2	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	2	1	-	18	
11	15	-	2	1	1	-	3	4	3	2	-	1	1	3	1	1	-	2	8	-	7	1	-	-	1	7	4	1	13	2	2	3	4	5	98	
12	6	5	9	4	15	9	7	2	2	5	1	-	5	1	3	-	-	1	2	-	1	-	-	-	1	2	-	-	-	-	-	4	-	-	85	
13	-	1	2	4	1	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
14	12	-	17	1	1	2	17	9	5	-	3	2	-	1	-	1	-	1	1	1	1	-	-	1	3	2	1	1	1	-	1	7	2	1	95	
Σ	73	13	43	13	28	28	52	26	45	10	26	14	34	21	8	12	8	13	25	3	27	11	7	7	11	36	9	3	18	6	8	30	17	18	703	

“Документи, гроші”, “Терміни”, а також ЛСП “Поведінка та вчинки” та ЛСП “Наука, культура, традиції”. Переважно це одиниці, що позначають абстрактні поняття.

Найбільшою кількістю стабільних зв'язків характеризуються ЛСП “Речовини та матеріали” та ЛСП “Мова, мовлення” (по 2), що дозволяє нам говорити про характерність таких семантичних моделей у конструкції A + N.

З точки зору прикметників найбільше стабільних зв'язків виявив ЛСП “Фізичні якості” (4) та “Місце” (3). Щодо окремих семантичних моделей, то найбільша міра зв'язку між компонентами характеризує такі з них: ЛСП прикметників “Належність” + ЛСП іменників “Держава, її атрибути” (напр., *Imperial-Kaisertum, Nationalstaat*), ЛСП прикметників “Фізичні якості” + ЛСП іменників “Рослини” (напр., *Rotklee, Spitzmorchel*), ЛСП прикметників “Стан” + ЛСП іменників “Речовини та матеріали” (напр., *Reinkautschuk, Quecksilber*), ЛСП прикметників “Порівняльні характеристики” + ЛСП іменників “Параметри та ознаки предмета” (напр., *Idealtyp, Hybridsorte*).

4. Сполучувальні характеристики компонентів у моделі V + N

Поєднання в складному слові 19 семантичних підкласів дієслів та 33 семантичних підкласів іменників (ЛСП “Власні назви” не зафіксований) теоретично передбачає можливість існування 627 семантичних моделей таких одиниць. Ми зафіксували лише 275 з них. Таким чином, ступінь селективності сполучуваності для моделі V + N становить 0,6. Можемо припустити, що для семантичних моделей цього сполучення характерна однорідність.

Зафіксовані моделі подано в таблиці 6. Найбільший обсяг характерний для моделей ЛСП дієслів “Обробка предмету” + ЛСП іменників “Предмети та інструменти” (32 одиниці) та ЛСП дієслів “Рух” + ЛСП іменників “Предмети та інструменти” (27). Водночас, 115 моделей вжито лише по 1 разу.

Статистичні підрахунки виявили значення коефіцієнта K від 0,08 до 0,23. Додавши всі отримані значення та поділивши це число на їх кількість, ми встановили середнє значення K для цих семантичних моделей – 0,13.

Таким чином, стабільні зв'язки (загалом 13, або 4,7 %) між компонентами складних іменників із моделлю V + N можна поділити на такі типи:

1. Сильний зв'язок – коефіцієнт спряженості $K > 0,13$.
2. Середній зв'язок – коефіцієнт спряженості $K = 0,13$.
3. Слабкий зв'язок – коефіцієнт спряженості $K < 0,13$.

Моделі зі стабільним зв'язком та їх міру подано в таблиці 7.

Таблиця 7

Стабільні зв'язки між компонентами семантичних моделей у складних іменниках з конструкцією V + N

Детермінат	1	5	6	8	13	18	19	25	26	32
1	•									
2							+	•		
4										•
6		•	Δ							
7				•		+				
8										+

9					•					
12					+					
14									•	
16				+						

*+ позначає сильний зв'язок, Δ середній, • слабкий

Як і в попередніх конструкціях, йтиметься про конгруентність компонентів деяких моделей, зокрема, це ЛСП дієслів “Звучання та комунікація” + ЛСП іменників “Мова, мовлення” (напр., *Lobrede, Streitschrift*) та ЛСП дієслів “Фізичний вплив на об’єкт” + ЛСП іменників “Діяльність, дія” (напр., *Spleißarbeit, Wühltätigkeit*).

Лише 10 ЛСП іменників-детермінатів виявили стабільні зв'язки з дієсловами-детермінантами. Це такі підкласи: “Особа”, “Рослини”, “Речовини та матеріали”, “Будинки та споруди”, “Діяльність, дія”, “Психічна сфера”, “Мова, мовлення”, “Час, вік”, “Параметри та ознаки предмета”, “Збірні назви людей, організації”.

Найбільшою кількістю зв'язків серед них володіють ЛСП “Будинки та споруди”, ЛСП “Діяльність, дія”, ЛСП “Збірні назви людей, організації” (по 2 стабільних зв'язки). З точки зору означального слова також не всі підкласи дієслів продемонстрували наявність у них стабільних зв'язків у моделях з ЛСП іменників-детермінатів. Не виявлено їх у ЛСП “Неспіввіднесена дія”, ЛСП “Досягнення мети”, ЛСП “Моральний вплив”, ЛСП “Почуття”, ЛСП “Володіння та належність”, ЛСП “Процес”, ЛСП “Фазові дієслова”, а також ЛСП “Стан”, ЛСП “Буття”, ЛСП “Розташування”. Найбільша кількість зв'язків – по 2 стабільні зв'язки – характеризує сполучення ЛСП дієслів “Обробка предмета”, ЛСП “Звучання та комунікація” та ЛСП “Фізіологічна дія”. На рівні семантичних моделей слід виокремити ті, що характеризуються найсильнішим зв'язком: ЛСП дієслів “Розташування” + ЛСП іменників “Будинки та споруди” (напр., *Wohnbarack, Wartesaal*), ЛСП дієслів “Звучання та комунікація” + ЛСП іменників “Мова, мовлення” (напр., *Schmähgeschrei, Schimpfwort*), ЛСП дієслів “Передача та отримання” + ЛСП іменників “Збірні назви людей, організації” (напр., *Sammelpartei, Sparverein*), ЛСП дієслів “Фізіологічна дія” + ЛСП іменників “Психічна сфера” (напр., *Schlafgewohnheit, Freßlust*) та ЛСП дієслів “Сенсорне сприйняття” + ЛСП іменників “Діяльність, дія” (напр., *Lauschoperation*).

Висновки. Підводячи підсумки проведеного дослідження, можемо стверджувати, що сполучуваність ЛСП, одиниці яких виконують функцію детермінатів та детермінатів у складі іменних композитів, характеризується неоднаковою широтою та інтенсивністю.

Так, у моделі N + N зафіксована найбільша широта сполучуваності, що свідчить про популярність таких композиційних моделей для створення лексики різних семантичних підкласів. Водночас не всі ЛСП демонструють велику кількість стабільних зв'язків між компонентами і є продуктивними в цьому відношенні. До таких відносимо передовсім іменники на позначення осіб, параметрів та ознак предмета, мови і мовлення, поведінки та вчинків, тварин. Зафіксовані одиничні приклади показують потенційну можливість до створення композитів, однак малу продуктивність або популярність таких моделей, що носять оказіональний характер.

Таблиця 6

Розподіл за семантичними моделями у конструкції V + N

Детермінат Детермінант	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	Σ
1	13	2	4	4	5	7	14	8	27	-	2	4	4	4	-	2	-	2	2	-	4	1	4	3	2	6	1	-	-	-	2	1	2	130	
2	2	3	-	-	-	1	2	-	5	-	-	1	1	-	-	-	-	2	9	1	2	3	-	2	5	4	1	-	1	-	1	4	-	50	
3	1	-	-	3	3	1	4	2	3	-	-	-	1	-	1	2	-	-	3	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	1	-	28	
4	4	1	-	2	1	2	2	2	7	2	1	4	2	1	-	4	1	2	4	-	2	1	-	-	2	2	2	2	-	-	5	4	-	62	
5	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	3	
6	8	3	4	4	11	15	12	7	32	4	2	-	3	2	-	1	-	-	2	-	-	2	1	2	2	5	1	-	-	-	2	6	-	131	
7	3	1	-	1	-	2	3	6	6	1	-	1	2	-	-	-	-	5	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	36	
8	5	3	-	-	1	3	6	2	9	-	1	3	1	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	1	3	1	-	1	-	7	-	1	51	
9	2	-	5	2	4	4	-	3	19	2	1	-	9	-	1	3	1	-	2	-	3	1	-	1	-	6	-	-	-	1	1	1	72		
10	1	-	4	1	-	-	6	2	10	1	-	-	2	-	-	1	-	2	-	-	1	-	-	1	3	1	-	-	-	2	-	-	2	40	
11	2	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
12	1	-	3	-	1	-	4	3	4	-	1	-	6	-	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	29	
13	1	-	3	1	1	-	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	14	
14	1	-	-	-	1	2	2	3	10	-	1	-	4	-	-	2	-	2	3	-	4	2	-	1	4	6	-	-	2	1	-	-	4	55	
15	1	-	1	-	2	2	-	-	9	2	-	-	1	-	-	-	-	1	3	-	-	1	-	1	3	-	-	-	-	-	-	1	-	28	
16	-	1	2	-	-	-	5	11	4	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	4	1	-	-	-	-	1	-	1	33	
17	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	-	-	1	-	-	2	-	2	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	1	2	1	-	1	16	
18	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Σ	45	15	26	18	31	39	64	51	148	12	10	17	37	7	2	19	3	21	30	3	24	13	9	12	29	36	6	2	6	5	22	21	12	795	

Композити зі структурною моделлю A + N демонструють середній рівень широти/селективності сполучуваності і відповідно дещо меншу вживаність. Що ж до їхньої продуктивності, то тут значущими є сполучення прикметників з іменниками на позначення конкретних понять. Найбільша кількість стабільних зв'язків між компонентами зафіксована для ЛСП “Речовини та матеріали” та ЛСП “Мова, мовлення”. Найбільш характерними для цих конструкцій є прикметники, що позначають фізичні якості та місце.

Найсильніша міра зв'язку між компонентами характеризує семантичні моделі прикметників на позначення належності з іменниками, що позначають державу та її атрибути; прикметників із семою “фізичні якості” з іменниками, що позначають рослини; прикметників стану з іменниками на позначення речовини та матеріалу; прикметників із порівняльними характеристиками та іменників на позначення параметрів та ознак предмету. У структурній моделі V + N, яка характеризується найменшою широтою сполучуваності, найбільшою кількістю зв'язків серед іменників-детермінатів володіють ЛСП “Простір і місце” та ЛСП “Предмети та інструменти”. Найсильніші зв'язки характеризують ЛСП “Будинки та споруди”, ЛСП “Діяльність, дія”, ЛСП “Збірні назви людей, організації”. Дієслова виявили велику кількість стабільних зв'язків у ЛСП “Рух”, “Обробка предмету” та “Фізіологічна дія”.

Найсильніший зв'язок поєднує в композиті дієслова на позначення розташування з іменниками, що позначають будинки та споруди; дієслова звучання та комунікації з іменниками на позначення мови і мовлення; дієслова передачі та отримання з іменниками із семою [збірні назви людей, організації].

Цікавим фактом виявилось фіксація стабільних зв'язків у моделях з детермінантами та детермінатами однакових ЛСП, що показує певну закритість цих підкласів. Натомість “відкритість” за наявності найсильніших зв'язків з відмінними ЛСП виявляють іменники на позначення переважно абстрактних понять. Це дозволяє нам говорити про них як про більш відкритих в плані семантичного сполучення в межах складних слів та активних учасників словотвірних процесів. У цілому для сполучуваності лексичних компонентів у складі композитів з усіма розглянутими моделями характерний високий ступінь конгруентності.

У перспективі доцільним видається контрастивне дослідження функціонування складних іменників в поетичних творах, а також в опозиції мова – мовлення (із залученням словників).

Список літератури

Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика : учеб. пособие для вузов. М. : Высш. шк., 1990. 176 с.

Дребет В. В. Складні іменники-новотвори та синергетика їх семантичного декодування у німецькомовній пресі. *Прикарпатський вісник НТШ. Слово*. 2019. № 3. С. 45–54. DOI: 10.31471/2304-7402-2019-3(55)-45-54.

Карпюк В. Класифікація способів словоскладання в сучасній німецькій мові. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2016. 14. С. 75–81. <https://doi.org/10.31812/filstd.v14i0.207>.

Левицкий В. В. Квантитативные методы в лингвистике. Черновцы : Рута, 2004. 190 с.

Левицкий В. В. Семасиология. Винница: НОВА КНИГА, 2006. 512 с.

Левковская К. А. Именное словообразование в современной немецкой общественно-политической терминологии и примыкающей к ней лексике. М.: Изд-во АН СССР, 1960. 164 с.

- Мацкуляк Ю. Й. Вживання німецьких складних іменників у різних функціональних стилях. *Проблеми типологічної та квантитативної лексикології*. Чернівці, 2007. С. 210–218.
- Перебийніс В. І. Статистичні методи для лінгвістів : навч. посібн. Вінниця : Нова книга, 2002. 172 с.
- Радзюк В. М. Складні іменники спортивної тематики у сучасній німецькій публіцистиці: структурно-семантичний та прагматичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2018. 19 с.
- Рись Л. Ф., Пасик Л. А. Відонімне словоскладання у сучасній німецькій мові. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія": серія "Філологія"*. Острог : Вид-во НаУОА, Вип. 7(75), жовтень, 2019. С. 7–10.
- Саенко А. Н. Характерные особенности подязыков специальности (на материале немецкого языка). *Культура народов Причерноморья*. 2002. № 44. С. 176–180.
- Смирнова Е. Д. Формализованные языки и проблемы логической семантики. М. : Изд-во МГУ, 1982. 181 с.
- Степанова М. Словообразование современного немецкого языка. М. : Изд-во литер. на иностр. языках, 1953. 375 с.
- Талалай Т. С. Субстантивные определительные композиты в текстах немецкой рекламы : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Уфа, 2011. 22 с.
- Barz I. Praxis- und Integrationsfelder der Wortbildungsforschung. Heidelberg : Winter, 2000. 352 S.
- Chang Y. Anglizismen in der deutschen Fachsprache der Computertechnik. Eine korpuslinguistische Untersuchung zu Wortbildung und Bedeutungskonstitution fachsprachlicher Komposita. Frankfurt a. M., usw. : Peter Lang, 2005. 201 S.
- Donalies E. Die Wortbildung des Deutschen: Ein Überblick. Tübingen : Narr, 2002. 192 S.
- Dressler W.U., Barbaresi L.M. Interradical interfixes: contact and contrast. *Languages in Contact and Contrast. Essays in Contact Linguistics*. Berlin : Mouton de Gruyter, 1991. P. 133–145.
- Duden. Die Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Mannheim / Wien / Zürich : Dudenverlag, 1995. Bd. 4. 864 S.
- Erben J. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre. 4., aktualisierte und ergänzte Aufl. Berlin : Erich Schmidt, 2000. 192 S.
- Feine A. Mit Spritfassern in die Klimakatastrophe? – Betrachtungen zu Mehrfachbenennungen in publizistischen Texten. *Sprachsystem – Text – Stil. Festschrift für Georg Michel und Günther Starke zum 70. Geburtstag*. Frankfurt a.M. : Peter Lang, 1997. S. 61–74.
- Fleischer W., Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Unter Mitarb. von Marianne Schröder., 2., durchges. und erg. Aufl. Tübingen : Niemeyer, 1995. 382 S.
- Gallmann P. Fugemorpheme als Nicht-Kasus-Suffixe. *Germanistische Linguistik*. 1998. S. 141–142, 177–190.
- Hentschel E. (Hg.). Wortbildung im Deutschen. Aktuelle Perspektiven. Tübingen : Narr / Francke / Attempto, 2016. 339 S.
- Henzen W. Deutsche Wortbildung. 2. verb. Aufl. Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1957. 306 S.
- Kluge F. Abriss der deutschen Wortbildungslehre. Halle : Verlag von Max Niemeyer, 1913. 68 S.
- Kühnhold I., Putzer O., Wellmann H. Deutsche Wortbildung: Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache – Band III „Das Adjektiv“. Düsseldorf : Schwann, 1978. 536 S.
- Langer S. 1998. Zur Morphologie und Semantik von Nominalkomposita. *Tagungsband der 4. Konferenz zur Vorbereitung natürlicher Sprache (KONVENS)*. Bonn. 1998. S. 83–97.
- Lindner Th. Zu Geschichte und Funktion von Fugenelementen in Nominalkomposita am Beispiel des Deutschen. *Moderne Sprachen*. 1998. 42, S. 1–10.
- Motsch W. Deutsche Wortbildung in Grundzügen. Berlin ; New York : de Gruyter, 1999. 452 S.
- Naumann B. Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen. 3., neubearb. Aufl. Tübingen : Niemeyer, 2000. 90 S.
- Nübling D. Vom Name-n-forscher zum Name-ns-forscher: Unbefugte oder befugte ns-Fuge in Namen(s)-Komposita? *Studien zur deutschen Sprache und Literatur. Festschrift für Konrad Kunze zum 65. Geburtstag*. Hamburg : Kovač, 2004. S. 334–353.
- Ortner L., Müller-Bollhagen E., Ortner H. u.a. Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Vierter Hauptteil: Substantivkomposita (Komposita und kompositionsähnliche Strukturen 1). Berlin ; New York : de Gruyter, 1991. 836 S.
- Rings G. Wirtschaftskommunikation ohne Komposita und Derivate? Zur Vermittlung von Wortbildungsstrukturen in Theorie und Praxis des Wirtschaftsdeutschen. *German as a foreign language*. 2001. 1. S. 1–28.
- Rothe U. Polylexy and Compounding. *Glottometrika*, 9. Bochum : Brockmeyer, 1988. S. 121–134.

Schröder M. Zu Beziehungen zwischen Wortbildung und Polysemie. *Deutsch als Fremdsprache*. 1979. 5. S. 286–291.

Steiner P. Polylexie und Kompositionsaktivität in Text und Lexik. *Korpuslinguistische Untersuchungen in die quantitative und systemtheoretische Linguistik*. 2002. S. 209–251.

Vandermeeren S. Semantische Analyse deutscher Substantiv-Komposita: Drei Untersuchungsmethoden im Vergleich. *leuvense bijdragen*. 1999. 88. S. 69–94.

References

Barz, I. (2000). *Praxis- und Integrationsfelder der Wortbildungsforschung*. Heidelberg: Winter.

Chang, Y. (2005). *Anglizismen in der deutschen Fachsprache der Computertechnik. Eine korpuslinguistische Untersuchung zu Wortbildung und Bedeutungskonstitution fachsprachlicher Komposita*. Frankfurt a. M., usw.: Peter Lang.

Donalies, E. (2002). *Die Wortbildung des Deutschen: Ein Überblick*. Tübingen: Narr.

Drebet, V.V. (2019). Skladni imennyky-novotvory ta synerhetyka yikh semantychnoho dekoduvannia u nimetskomovnii presi [Compound Noun-Neologisms and Synergetics of their Semantic Decoding in German Press]. *Prykarpatskyi visnyk NTSh. Slovo*, № 3, 45-54. DOI: 10.31471/2304-7402-2019-3(55)-45-54.

Dressler, W.U., Barbaresi L.M. (1991). Interradical interfixes: contact and contrast. *Languages in Contact and Contrast. Essays in Contact Linguistics*. Berlin: Mouton de Gruyter, 133–145.

Duden. *Die Grammatik der deutschen Gegenwartssprache*. (1995). Mannheim/Wien/Zürich: Dudenverlag, Bd. 4.

Erben, J. (2000). *Einführung in die deutsche Wortbildungslehre*. 4., aktualisierte und ergänzte Aufl. Berlin: Erich Schmidt.

Feine, A. (1997). Mit Spritfressern in die Klimakatastrophe? – Betrachtungen zu Mehrfachbenennungen in publizistischen Texten. *Sprachsystem – Text – Stil. Festschrift für Georg Michel und Günther Starke zum 70. Geburtstag*. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 61–74.

Fleischer, W., Barz, I. (1995). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Unter Mitarb. von Marianne Schröder., 2., durchges. und erg. Aufl. Tübingen: Niemeyer.

Gallmann, P. (1998). Fugenmorpheme als Nicht-Kasus-Suffixe. *Germanistische Linguistik*, 141–142, 177–190.

Hentschel, E. (Hg.). (2016). *Wortbildung im Deutschen. Aktuelle Perspektiven*. Tübingen: Narr/Francke/Attempo.

Henzen, W. (1957). *Deutsche Wortbildung*. 2. verb. Aufl. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Karpiuk, V. (2016). Klyasyfikatsiia sposobiv slovoskladannia v suchasni nimetskii movi [Classification of Compounding Types in Modern German Language]. *Filolohichni studii: Naukovyi visnyk Kryvorizkoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu*, 14, 75–81. <https://doi.org/10.31812/filstd.v14i0.207>.

Kluge, F. (1913). *Abriss der deutschen Wortbildungslehre*. Halle: Verlag von Max Niemeyer.

Kühnhold, I., Putzer, O., Wellmann, H. (1978). *Deutsche Wortbildung: Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache – Band III „Das Adjektiv“*. Düsseldorf: Schwann.

Langer, S. (1998). Zur Morphologie und Semantik von Nominalkomposita. *Tagungsband der 4. Konferenz zur Vorbereitung natürlicher Sprache (KONVENS)*. Bonn, 83–97.

Levickij, V. V. (2004). *Kvantitativnye metody v lingvistike* [Quantitative Methods in Linguistics]. Chernovcy: Ruta.

Levickij, V. V. (2006). *Semasiologija* [Semasiology]. Vinnica: NOVA KNYGA.

Levkovskaja, K. A. (1960). *Imennoe slovoobrazovanie v sovremennoj nemeckoj obshhestvenno-politicheskoj terminologii i primykajushhej k nej leksike* [Noun Derivation in Modern German Social-Political Terminology and Related Vocabulary]. M.: Izd-vo AN SSSR.

Lindner, Th. (1998). Zu Geschichte und Funktion von Fugenelementen in Nominalkomposita am Beispiel des Deutschen. *Moderne Sprachen*, 42, 1–10.

Matskuliak, Yu. Y. (2007). Vzhyvannia nimetskykh skladnykh imennykiv u riznykh funktsionalnykh styliakh [German Compound Nouns Usage in Different Functional Styles]. *Problemy typolohichnoi ta kvantytatyvnoi leksykologhii*. Chernivtsi, 210–218.

Motsch, W. (1999). *Deutsche Wortbildung in Grundzügen*. Berlin; New York: de Gruyter.

Naumann, B. (2000). *Einführung in die Wortbildungslehre des Deutschen*. 3., neubearb. Aufl. Tübingen: Niemeyer.

Nübling, D. (2004). Vom Name-n-forscher zum Name-ns-forscher: Unbefugte oder befugte ns-Fuge in Namen(s)-Komposita? *Studien zur deutschen Sprache und Literatur. Festschrift für Konrad Kunze zum 65. Geburtstag*. Hamburg: Kovač, 334–353.

Ortner, L., Müller-Bollhagen, E., Ortner, H. u.a. (1991). *Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache*. Vierter Hauptteil: Substantivkomposita (Komposita und kompositionsähnliche Strukturen 1). Berlin; New York: de Gruyter.

Perebyinis, V. I. (2002). *Statystychni metody dlia lnhvistiv* [Statistical Methods for Linguists]. *Navchalnyi posibnyk*. Vinnytsia: Nova knyha.

Radzion, V. M. (2018). *Skladni imennyky sportyvnoi tematyky u suchasni nimetskii publitsystysi: strukturno-semantychnyi ta prahmatychnyi aspekty* [Sports-Related Compound Nouns in Present-Day German Journalistic Texts: Structural, Semantic, and Pragmatic Aspects]. (Avtoref. dys. kand. filol. nauk). Kyivskiy natsionalnyi lnhvistychnyi universytet, Kyiv.

Rings, G. (2001). Wirtschaftskommunikation ohne Komposita und Derivate? Zur Vermittlung von Wortbildungsstrukturen in Theorie und Praxis des Wirtschaftsdeutschen. *German as a foreign language*, 1, 1-28.

Rothe, U. (1988). Polylexy and Compounding. *Glottometrika*, 9. Bochum: Brockmeyer, 121-134.

Rys, L. F., Pasyk, L. A. (2019). Vidonimne slovoskladannia u suchasni nimetskii movi [Proper Names Composition in Modern German]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia": seriia "Filolohiia"*, Vyp. 7(75), zhovten, 7-10.

Saenko, A. N. (2002). Harakternye osobennosti podjazykov special'nosti (na materiale nemeckogo jazyka) [Some Peculiarities of Professions Sublanguage (on the Material of German Language)]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ja*, № 44, 176-180.

Schröder, M. (1979). Zu Beziehungen zwischen Wortbildung und Polysemie. *Deutsch als Fremdsprache*, 5, 286-291.

Smirnova, E. D. (1982). *Formalizovannye jazyki i problemy logicheskoy semantiki* [Formal Languages and Problems of Logical Semantics]. M.: Izd-vo MGU.

Steiner, P. (2002). Polylexie und Kompositionsaktivität in Text und Lexik. *Korpuslinguistische Untersuchungen in die quantitative und systemtheoretische Linguistik*, 209-251.

Stepanova, M. (1953). *Slovoobrazovanie sovremennogo nemeckogo jazyka* [Word Formation in Modern German Language]. M.: Izd-vo liter. na inostr. jazykah.

Talalaj, T. S. (2011). *Substantivnye opredelitel'nye kompozity v tekstah nemeckoj reklamy* [Noun Determinative Compounds in German Advertisements]. (Avtoref. diss. kand. filol. nauk). Bashkirskij gosudarstvennyj universitet, Ufa.

Vandermeeren, S. (1999). Semantische Analyse deutscher Substantiv-Komposita: Drei Untersuchungsmethoden im Vergleich. *leuvense bijdragen*, 88, 69-94.

Vasil'ev, L. M. (1990). *Sovremennaja lingvisticheskaja semantika* [Modern Linguistic Semantics]: Ucheb. posobie dlja vuzov. M.: Vyssh. shk.

УДК: 811.112.2-028.46+81'42]:177.1]:821.112.2-2"17/19"

COMPLIMENT AS A FORM OF SOCIAL INTERACTION КОМПЛІМЕНТ ЯК РІЗНОВИД СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Юлія МИКИТЮК

Львівський національний університет імені Івана Франка

yuliya.mykytyuk@lnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0001-7866-2256

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.218-231>

The aim of the article is to analyze the speech act compliment as an integral part of successful interpersonal communication based on the principles and maxims of speech communication of G. P. Grice, R. Lakoff, J. Leech, and in the context of politeness theory of P. Brown and S. Levinson, as well as the study of compliment as a manifestation of conventional, etiquette politeness. The study of this aspect of compliments is carried out within the linguopragmatic approach by the method of continuous sampling, the method of intent analysis and the method of quantitative calculation. The article shows exactly how compliments are realized in the plane of the principles of speech

communication and how we distinguish sincere compliments from ironic ones. Therefore, we believe that the expression of ironic compliments violates the principles and maxims of speech communication, because it destroys the communicative balance and harmonious communication between interlocutors. In the proposed work, we consider first of all *sincere compliments*, which are not included in the Face Threatening Acts according to the classification of P. Brown and S. Levinson. We hold the opinion that *ironic compliments* only formally, thanks to the tokens of positive evaluation resemble a compliment, in fact, the purpose of the speaker is to offend the interlocutor. The main marker of sincerity is the meaning constructed by the linguistic consciousness of the communicators in the discourse and implemented through a compliment to show a positive, friendly attitude to the interlocutor, express a positive emotional assessment, show good intentions and adhere to the principle of cooperation to preserve your face and the face of the partner. We also distinguish *etiquette compliments*, which are an element of the conventional strategy of politeness, phatic communication, due to certain socio-cultural norms and rules of etiquette, they are clichéd, ritual, uninformative, and, therefore, do not involve the sincerity of the speaker. As a result of the analysis of the factual material, it is established that such compliments are not inherent in dramatic works of the 18.-20th centuries.

Key words: speech act, compliment, principle of cooperation, principle of politeness, maxims, theory of politeness, ironic compliments, etiquette compliments.

Метою статті є аналіз мовленнєвого акту компліменту як невід'ємної складової успішного міжособистісного спілкування на основі принципів та максимум мовленнєвої комунікації Г. П. Грайса, Р. Лакофф, Дж. Ліча та в контексті теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона, а також дослідження компліменту як вияву конвенційної, етикетної ввічливості. Вивчення цього аспекту висловлень компліментів здійснено в межах лінгвопрагматичного підходу методом суцільної вибірки, прийомом інтен-аналізу та методом кількісного підрахунку. У статті показано, як саме відбувається реалізація компліменту в площині принципів мовленнєвої комунікації та як відмежовуємо щирі компліменти від іронічних. Відтак вважаємо, що висловлювання іронічних компліментів порушує принципи та максими мовленнєвої комунікації, адже руйнує комунікативну рівновагу та гармонійне спілкування між співрозмовниками. У пропонованій роботі розглядаємо насамперед *щирі компліменти*, які не зараховуємо до Face Threatening Acts згідно з класифікацією П. Браун і С. Левінсона. Дотримуємося думки, що *іронічні компліменти* тільки формально, завдяки лексемам позитивної оцінки нагадують комплімент, насправді ж метою мовця є образити співрозмовника. Головним маркером щирості вважаємо смисл, сконструйований мовною свідомістю комунікантів у дискурсі та реалізований через комплімент з метою показати позитивне, доброзичливе ставлення до співрозмовника, виразити позитивну емоційну оцінку, засвідчити добрі наміри та дотриматися принципу кооперації з метою збереження свого обличчя та обличчя свого партнера. Розрізняємо також *етикетні компліменти*, що є елементом конвенційної стратегії ввічливості, фатичної комунікації, зумовлені певними соціокультурними нормами та правилами етикету, вони є клішованими, ритуальними, малоінформативними, відтак не передбачають щирості мовця. У результаті аналізу фактичного матеріалу встановлено, що такі компліменти не притаманні драматичним творам XVIII–XX століття.

Ключові слова: мовленнєвий акт, комплімент, принцип кооперації, принцип ввічливості, максими, теорія ввічливості, іронічні компліменти, етикетні компліменти.

Вступ. Комплімент як частина комунікативного процесу посідає вагомe місце в кожній лінгвокультурі, оскільки сприяє встановленню комунікативної рівноваги та гармонізує соціальні стосунки. Новизна дослідження полягає в аналізі мовленнєвого акту (МА) компліменту як важливого різновиду соціальної поведінки, що регулюється певними принципами та максимами ввічливості,

нормами та правилами мовленнєвого етикету, яких повинні дотримуватися учасники комунікації для досягнення успішного й гармонійного спілкування. Актуальність теми дослідження обумовлена загальною орієнтацією сучасної лінгвістики на вивчення мовлення як динамічного процесу, значущістю національно-культурної специфіки мовленнєвої поведінки, а також необхідністю комплексного аналізу компліменту.

Метою цієї статті є аналіз компліменту з погляду принципу кооперації Г. П. Грайса, принципу ввічливості Р. Лакофф, максим Дж. Ліча, теорії ввічливості П. Браун та С. Левінсона, а також дослідження його ритуалізованості, конвенційності та етикетності. Поставлена мета передбачає розгляд таких завдань: дослідити комплімент з погляду принципів мовленнєвої комунікації; з'ясувати місце компліменту в теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона; проаналізувати етикетний комплімент як зразок конвенційної ввічливості. Матеріалом дослідження слугували 1555 текстових фрагментів, що містять МА комплімент, виокремлені методом суцільної вибірки з 8-томної антології німецькомовних драматичних творів під загальною назвою «Der Kanon. Die deutsche Literatur. Dramen», яку в 2004 р. видав відомий німецький літературний критик та публіцист Марсель Райх-Раніцкі.

У працях багатьох учених комплімент розглянуто як стратегію позитивної чи негативної ввічливості (Трофимова, 2008; Шахновська, 2017; Brown and Levinson, 1987; Herbert and Straight, 1989; Holmes, 1988; Nicolaysen, 2007), або ж порушено питання їхньої ритуалізованості, конвенційності та етикетності (Гулієва, 2018; Міщенко, 1999; Павлик 2018; Трофимова, 2008; Шахновська, 2017; Adachi, 2012; Farenkia, 2004; Goffman, 1986; Mironovschi, 2009; Wolfson, 1983), проте комплексного аналізу компліменту як різновиду соціальної взаємодії на базі німецькомовного фактичного матеріалу все ще не здійснено.

Методи дослідження. Основним теоретичним підходом є *лінгвопрагматичний*, у межах якого вважаємо, що мінімальною комунікативною одиницею, що реалізує комплімент, є *мовленнєвий акт*, трактуючи його як цілеспрямовану мовленнєву дію, що здійснюється відповідно до принципів і правил мовленнєвої поведінки, прийнятих у певному суспільстві; одиницю нормативної соціомовленнєвої поведінки, що розглядається в межах прагматичної ситуації (Бацевич, 2003, с. 129).

У пропонованому дослідженні використано *метод суцільної вибірки* на основі драматичних текстів німецькомовних авторів XVIII-XX ст., що забезпечив достовірність результатів аналізу компліменту; *прийом інтен-аналізу* допоміг визначити комунікативні наміри мовців під час висловлення компліментів, розкрити прихований підтекст імпліцитних МА; *методом кількісного підрахунку* встановлено співвідношення щирих, неконвенційних та конвенційних, ритуалізованих компліментів.

Результати та обговорення.

1. Комплімент з погляду принципів мовленнєвої комунікації.

Безконфліктне спілкування, що базується на ввічливому ставленні співрозмовників, є однією із базових проблематик багатьох прагматичних досліджень. Вважаючи, що співрозмовники зацікавлені в ефективності передачі

інформації, а тому в процесі спілкування кооперують один з одним, Г. П. Грайс формулює *принцип кооперації* (Grice, 1980, с. 113) та виокремлює чотири максими мовленнєвого спілкування: якості, кількості, доречності (релевантності) та способу.

Максима якості – це вимога достовірної інформації, що конкретизується правилом «Говори правду, будь щирим» (Grice, 1980, с. 114). Під час висловлення МА компліменту ця максима вимагає від мовця щирості, вираження істинних почуттів. Якщо ж мовець порушує цю максиму (тобто є нещирим), окреслюємо такий МА як *лестоці* або *етикетний комплімент*.

Максима кількості стосується вимоги щодо оптимального обсягу інформації, її можна окреслити двома правилами: «Не говори менше, ніж необхідно; не говори більше, ніж необхідно» (Grice, 1980, с. 113). Під час висловлення компліменту мовці часто її порушують, висловлюючи багатослівні та великі за обсягом компліменти.

Максима доречності (релевантності) полягає у дотриманні теми розмови й сформульована в правило «Говори по суті» (Grice, 1980, с. 114). Ця максима закликає мовця не відхилятися від теми розмови й висловлювати комплімент тоді, коли це доречно.

Максима способу вимагає від мовця логічності та зрозумілості викладу інформації і конкретизується правилом «Говори чітко, уникай двозначності та незрозумілості» (Grice, 1980, с. 114). За цією максимою комплімент мав би бути завжди прямим та експліцитним, проте, як засвідчив аналіз фактичного матеріалу, більшість компліментів висловлюють у непрямий спосіб, що викликає двозначність і незрозумілість.

Г. П. Грайс вважає, що запропоновані правила спілкування не є абсолютними, тому можливі інші максими естетичного, морального, соціального характеру, такі як «Будь ввічливим» (Grice, 1980, с. 115). Якби комунікація здійснювалася виключно за принципом кооперації, то викликала б реакцію байдужості у співбесідника і підштовхувала до припинення комунікативної чи соціальної взаємодії, таке спілкування було б нецікавим та формальним. Власне саме через порушення максимум кооперації співрозмовники підтримують стосунки співробітництва (Brown and Levinson, 1987, с. 95; Lakoff, 1973, с. 296).

Р. Лакофф однією з перших поєднує постулати Г. П. Грайса з категорією ввічливості, формулюючи два основних правила прагматичної компетенції: «Висловлюй інформацію чітко» (*Be clear*) та «Будь ввічливим» (*Be polite*). На думку вченої, усі постулати Г. П. Грайса включені у перше правило. А друге прагматичне правило включає в себе три правила ввічливості: 1) не нав'язуй себе і свої думки (*Don't impose*); 2) не позбавляй співрозмовника права на вибір (*Give options*); 3) будь доброзичливим, поведься так, щоб співрозмовнику було приємно (*Make A feel good – be friendly*) (Lakoff, 1973, с. 296).

Загалом Р. Лакофф відзначає, що всі правила спрямовані на досягнення однієї мети (*Make A feel good*), відмінність полягає тільки в застосуванні різних методів (Lakoff, 1973, с. 303). Утім Р. Лакофф чітко не окреслює поняття ввічливості, яке, поза сумнівом, охоплює набагато ширший контекст і не може бути зведене тільки до трьох правил.

Теорію максим мовленнєвого спілкування розвинув Дж. Ліч, вважаючи, що існує певний набір правил, які мовці беруть за основу під час спілкування. У рамках прагматики учений виокремлює текстуальну риторичку та міжособистісну риторичку (Leech, 1983, с. 100). До останньої, поряд з принципом кооперації Г. П. Грайса та принципом іронії, він зараховує і принцип увічливості. Дж. Ліч зауважує, що принцип увічливості більше регулює спілкування, ніж принцип кооперації, оскільки дотримання ввічливості підтримує соціальну рівновагу, дружні взаємини між співрозмовниками, показує зацікавленість мовців у співпраці один з одним. Учений також зазначає, що ці два принципи рівносильні в координації мовленнєвої взаємодії, коли один не існує без іншого і кожен може бути порушений дією іншого (Leech, 1983, с. 80–82). Дж. Ліч описує шість максим, дотримання яких скероване на розкриття почуттєвого шару змісту комунікації, а в цілому – на підтримку гармонійних відносин з співбесідником: максими тактовності, великодушності, схвалення, скромності, згоди та симпатії (Leech, 1983, с. 132).

МА комплімент стосуються насамперед максими схвалення, скромності та симпатії. *Максима схвалення* виражає позитивне ставлення мовця до адресата, позитивну оцінку його зовнішності, внутрішнього світу, досягнень чи вмінь. *Максима скромності* передбачає відсутність самовихваляння й показує спрямованість компліменту на адресата. *Максима симпатії* спрямована на збільшення симпатії між співрозмовниками. Через комплімент мовець висловлює позитивні емоції щодо адресата, а таким чином намагається створити доброзичливий, сприятливий фон для подальшого спілкування. Проте для компліменту характерне порушення *максим згоди, тактовності та великодушності*, що передбачають встановлення порозуміння між співрозмовниками та збільшення вигоди слухача. Як показує фактичний матеріал, незважаючи на намагання мовця встановити комунікативну рівновагу та солідарність, адресат реагує на комплімент здебільшого негативно, що не сприяє порозумінню між співрозмовниками. Так само комплімент ставить адресата в невідгідне становище, оскільки той не знає, як сприйняти комплімент, щоб уникнути самовихваляння, тому здебільшого відхиляє його.

2. Комплімент у теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона.

Теорія ввічливості П. Браун і С. Левінсона близька до концепцій Р. Лакофф і Дж. Ліча, оскільки ввічливість тут розглянуто як генеральну стратегію врахування почуттів та інтересів співрозмовника. Комплімент є важливою складовою вербальних форм увічливості, тому вважаємо за необхідне з'ясувати місце компліменту в цій теорії.

Витоки теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона йдуть з теорії «збереження позитивного обличчя» (*face-model*) Е. Гоффмана (Goffman, 1986, с. 10–20), що полягає у самопрезентації кожної людини в суспільстві, насамперед через самоповагу та повагу до віку співрозмовника. На думку вченого, кожен перебуває в безперервному прямому чи непрямому контакті з іншими людьми та дотримується при цьому певної *стратегії* поведінки, наперед визначених вербальних чи невербальних дій, що виражають оцінку ситуації,

учасників взаємодії та його самого. Таку позитивну соціальну поведінку він окреслює терміном *обличчя* (Goffman, 1986, с. 10–11).

П. Браун і С. Левінсон надають гоффманівському терміну «обличчя» (*face*) рис універсальності, вважаючи його певним соціальним іміджем, у збереженні якого зацікавлений кожен член суспільства, і розділяють його на два взаємозв'язаних поняття: «негативне обличчя» (*negative face*) – прагнення свободи дій, можливості залишатися самим собою, право на те, щоб не відчувати тиску і не переймати неприємних обов'язків та «позитивне обличчя» (*positive face*) – наповнений позитивним змістом образ чи особистість, яку бажають бачити комунікативні партнери і що передбачає бажання комуніканта отримати позитивну оцінку та схвалення співрозмовника (Brown and Levinson, 1987, с. 61).

Залежно від комунікативних зусиль мовця, спрямованих на збереження позитивного чи негативного іміджу партнера, розрізняють поняття *позитивної* (*positive politeness*) та *негативної ввічливості* (*negative politeness*) (Brown and Levinson, 1987, с. 91–94). Метою позитивної ввічливості є маскування загрози «позитивному обличчю». Мовець використовує ввічливі висловлювання, щоб засвідчити свою повагу стосовно співрозмовника і щоб продемонструвати, що він бере до уваги принаймні частину його бажань. Ця стратегія включає твердження, що свідчать про доброзичливість, дружні почуття, солідарність комунікантів і базується на зближенні співрозмовників (*approach-based*) (Brown and Levinson, 1987, с. 101). Негативна ввічливість зорієнтована на «негативне обличчя» співрозмовника, враховує бажання слухача бути незалежним, підкреслює відсутність тиску на адресанта і базується на дистанціюванні співрозмовників (*avoidance-based*) (Brown and Levinson, 1987, с. 129). Згодом ці стратегії детально розглянула й описала російська дослідниця Т. В. Ларіна, назвавши їх *ввічливістю зближення* та *ввічливістю дистанціювання* (Ларіна, 2009, с. 172–188, 308–323).

Комплімент як *стратегія позитивної ввічливості* зменшує соціальну дистанцію, посилює солідарність між мовцем та адресатом, є яскравим прикладом «врахування потреб слухача, турботи про його інтереси, бажання, потреби, речі» (Brown and Levinson, 1987, с. 103). Для компліментів також характерне «перебільшене (зацікавлення, схвалення, симпатія щодо слухача)» (Brown and Levinson, 1987, с. 104), вони виступають як «подарунок слухачеві», що включає симпатію, розуміння, співпрацю з адресатом (Brown and Levinson, 1987, с. 129). У такий спосіб мовець показує адресатові повагу та симпатію, тобто враховує потреби його «позитивного обличчя».

П. Браун і С. Левінсон вважають, що в реальному спілкуванні існує багато МА, що загрожують позитивному чи негативному обличчю людини, т. зв. «*Face Threatening Acts*» (FTA), які мовознавці поділяють на чотири категорії залежно від того, кому вони загрожують: негативному чи позитивному обличчю адресата, або негативному чи позитивному обличчю мовця. Комплімент, на думку П. Браун і С. Левінсона, загрожує *негативному обличчю адресата*, оскільки через комплімент мовець показує, що йому подобається щось, що належить адресатові, а це викликає в останнього бажання захистити об'єкт зазіхань мовця або віддати йому цей об'єкт. Прийняття компліментів натомість загрожує *позитивному обличчю мовця*, оскільки мовець буде змушений або принизити об'єкт первісного

компліменту адресата й у такий спосіб втратити своє власне обличчя; або висловити комплімент адресатові у відповідь (*Brown and Levinson, 1987, с. 65–68*).

Комплімент як загрозу *негативному обличчю адресата*, тобто як елемент *стратегії негативної ввічливості* розглядають також інші дослідники (*Трофимова, 2008; Herbert and Straight, 1989; Holmes, 1988; Nicolaysen, 2007*). У їхніх працях зазначено, що в деяких культурах така загроза негативному обличчю адресата цілком звична, наприклад, якщо в Самоа мовець висловлює захоплення якимось об'єктом, то адресат обов'язково повинен запропонувати його мовцю (*Herbert and Straight, с. 38; Holmes, 1988, с. 448–449*), або якщо в Польщі мовець робить т. зв. «комплімент-поздоровлення», це означає, що він намагається вивідати певну інформацію про річ, якій висловлює комплімент (*Nicolaysen, 2007, с. 40–42*). Н. Трофимова також вважає, що комплімент, зроблений в інтересах співрозмовника, свідчить про його включення у систему цінностей суб'єкта та сприяє розвитку взаємовідносин комунікантів. Водночас комплімент можна сприйняти і як втручання у сферу життєвого простору адресата, що ставить співрозмовника у незручне становище, утруднюючи його мовленнєву реакцію. Тоді комплімент може виражати заздрість, бажання отримати річ, що належить адресату (*Трофимова, 2008, с. 82*).

У дослідженні розглядаємо насамперед щирі компліменти, які не зараховуємо до *Face Threatening Acts*. Погоджуємося з теорією дослідників компліментів, які вважають, що компліменти часто вживаються замість або разом з МА, які, згідно з класифікацією П. Браун і С. Левінсона, належать до *FTAs*: подяка, вітання, прощання (*Manes and Wolfson, 1981, с. 127–130*), вибачення, прохання, критика (*Duttlinger, 1999, с. 125–126*). О. С. Іссерс називає такі МА (у її термінології комунікативні тактики) супутніми компліментами, що є компонентами інших тактик, таких як комплімент-вдячність, комплімент-похвала, комплімент-прохання, комплімент-визнання, комплімент-схвалення тощо (*Іссерс, 2008, с. 192*). У таких випадках комплімент вживається з метою пом'якшення впливу цих тактик на адресата, щоб не викликати в нього надмірно негативної реакції й у такий спосіб встановлює комунікативну рівновагу (*Marten-Cleef, 1991, с. 130*), а негативний вплив дистанціювання, викликаний *FTAs*, врівноважується позитивним впливом зближення, що виникає внаслідок висловленого компліменту (*пор. Duttlinger, 1999, с. 126, 129*).

У цьому контексті вважаємо за необхідне відрізнити щирі компліменти від т. зв. *іронічних компліментів* – натяків, що виникають замість справжніх компліментів. Наприклад, якщо мовець охоплений почуттям заздрості, його метою є образа адресата або намагання в іронічній формі показати, що т. зв. позитивні ознаки реципієнта такими не є. Щоб відокремити іронію від справжнього компліменту, необхідні контекстуальні та загальні знання, а також реакція адресата на комплімент. Висловлювання іронічних компліментів порушує насамперед *максими якості та способу* Г. П. Грайса (*пор. Grice, 1980, с. 121*), *максими згоди та симпатії* Дж. Ліча (*Leech, 1983, с. 132*), адже викликають двозначність, руйнують комунікативну рівновагу, негативно впливають на адресата і спричиняють конфлікт. Загалом принцип іронії Дж. Ліч формулює так: «Якщо необхідно когось образити, то принаймні потрібно

зробити це так, щоб відкрито не конфліктувати з *принципом ввічливості*, а дозволити слухачеві зрозуміти зауваження непрямо, шляхом імплікатури» (Leech, 1983, с. 82). Приклад іронічного компліменту бачимо в розмові двох високопоставлених чоловіків, що недолюбують один одного і викликають один одного на дуель, – камердинера принца Марінееллі та графа Аппіані у драмі Г. Е. Лессінга «Емілія Галотті»: «MARINELLI [...] nur daß ich dem zärtlichen Bräutigam den heutigen Tag nicht verderben mag.

APPIANI Gutherziges Ding! Nicht doch! Indem er ihn bei der Hand ergreift: Nach Massa freilich mag ich mich heute nicht schicken lassen: aber zu einem Spaziergange mit Ihnen hab' ich Zeit übrig. – Kommen Sie, kommen Sie!» (Lessing, 2004, с. 145).

Маркером *іронічного компліменту* в драматичних творах часто є відповідні ремарки автора:

«ORSINA *höhnisch*: [...] O des weisen Mannes, den man sagen lassen kann, was man will! – Gleichgültigkeit! Gleichgültigkeit an die Stelle der Liebe? – Das heißt, Nichts an die Stelle von Etwas. Denn Lernen Sie, nachplauderndes Hofmännchen, lernen Sie von einem Weibe, daß Gleichgültigkeit ein leeres Wort, ein bloßer Schall ist, dem nichts, gar nichts entspricht. [...] Ist dir das zu hoch, Mensch?

MARINELLI vor sich: O weh! wie wahr ist es, was ich fürchtete!» (Lessing, 2004, с. 166–167).

Дотримуємося думки, що іронічні компліменти тільки за формальними ознаками (наявність позитивних характеристик) нагадують комплімент, насправді ж – це один зі способів образити співрозмовника, а комунікативною метою мовця є вираження негативного ставлення до адресата. Натомість щирий комплімент досліджуємо як складову позитивної стратегії ввічливості, що базується на зближенні співрозмовників і яку комунікативні партнери застосовують, щоб показати повагу до співрозмовника, засвідчити свої добрі наміри, дружні почуття, солідарність, а також для кооперації під час спілкування з метою збереження свого обличчя та обличчя свого партнера.

Якщо комплімент вживається разом з іншими МА, що є елементами негативної стратегії ввічливості, наприклад, як елемент образи, то під час аналізу фактичного матеріалу зараховуємо такий комплімент до позитивної стратегії ввічливості, адже комплімент і в таких випадках виконує одну зі своїх найголовніших умов реалізації – підкреслення позитивної ознаки адресата. Якщо ж ця умова порушена (іллокутивна ціль мовця не збігається з наявним станом справ), формується інший тип МА, що за формою є компліментом, а за суттю – глузуванням, насмішкою (*пор. Иссерс, 2008, с. 192*).

Зауважмо, що теорія ввічливості П. Браун і С. Левінсона зазнала суттєвої критики, адже розглядає майже всі мовленнєві дії як такі, що загрожують позитивному чи негативному обличчю мовця чи адресата; ідеалізує міжлюдські стосунки (Fraser, 2001; Yu, 2003); висвітлює усі мовленнєві дії як семантичні універсалії, а таким чином показує існування компліменту в кожній культурі в однакових рамкових умовах, з реалізацією за однаковими правилами і з однаковим сприйняттям. Проте інші дослідження засвідчують, що на мовленнєві дії набагато більший вплив мають культурні норми та цінності, ніж загальні

правила, а норми мовної поведінки в конкретній культурі базуються на системі цінностей цієї культури, а міжкультурні відмінності існують вже навіть на найпримітивнішому рівні (*Mironovschi, 2009; Werthwein, 2009*).

3. Етикетний комплімент як зразок конвенційної ввічливості.

Увічливість та принципи мовленнєвої комунікації тісно пов'язані з мовленнєвим етикетом, що впливає на мовленнєву поведінку співрозмовників, сприяє встановленню гармонійних стосунків та є важливою складовою кожної культури. Саме тому дослідники компліментів порушують питання їхньої ритуалізованості, конвенційності та етикетності (*Гулієва, 2018, с. 156–157; Міщенко, 1999, с. 11–13; Трофимова, 2008, с. 82; Шахновська, 2017, с. 122; Adachi, 2012, с. 22; Farenkia, 2004, с. 9; Goffman, 1986, с. 81; Mironovschi, 2009, с. 2; Wolfson, 1983, с. 86*), вважаючи, що комплімент не завжди виконує максимум якості Г. П. Грайса, бо хоч мовець здебільшого висловлює комплімент щиро й чесно, але існують ситуації, коли висловлення компліменту є ритуалізованим і конвенційним, елементом добрих манер та збереження ієрархії в соціальних класах (*Adachi, 2012, с. 22*). Н. Вольфсон називає такі компліменти «соціальним мастилом» (*social lubricants*), що допомагає змащувати «соціальні коліщата» (*Wolfson, 1983, с. 86*).

На думку Б. М. Фаренкія, співрозмовники часто роблять компліменти, щоб відповідати суспільній соціальній нормі, що передбачає висловлення чогось позитивного про дії, риси, ставлення, думки чи власність інших осіб. Коли компліменти висловлюють для задоволення цієї норми, форма їхнього вираження є здебільшого формальна та рутинна і складається з кільком лексем чи груп слів. Відповідно до традиційного концепту ввічливості, учений розглядає вживання компліментів як очікувану конвенційну комунікативну діяльність у повсякденних ситуацій, а тих, хто робить комплімент, називає ввічливими та соціально компетентними (*Farenkia, 2004, с. 9*).

Отож мова йде про *етикетні компліменти*, вживання яких продиктоване соціально-культурними нормами, правилами етикету. Такі компліменти є ситуативно зумовленими і відповідають очікуванням адресата. Якщо етикетний комплімент не прозвучить, очікування адресата будуть незадоволені, а це може призвести до негативних для їхніх відносин наслідків. Якщо ж з позиції норм і правил спілкування вживання компліменту не обов'язкове і він реалізується з власної ініціативи мовця з метою позитивного емоційного впливу на адресата та його поведінку, то такий комплімент визначаємо як щирий та істинний. В. Міщенко зараховує такі компліменти до класу інструментальних, а головною ознакою під час розподілу компліментів як соціальних дій називає характер соціальної цілі, зміст якої для інструментальних компліментів полягає в зміні поведінки адресата, а для етикетних – у підтриманні неантагоністичних відносин між співрозмовниками (*Міщенко, 1999, с. 11*).

Американський соціолог Е. Гоффман дотримується думки, що компліменти, як і вітання, запрошення, вибачення чи надання незначних послуг, належать до найуживаніших форм вираження ввічливої поваги (*Goffman, 1986, с. 81*). Учений називає такі форми церемоніальними діями, що супроводжують соціальні взаємовідносини та визначає їх як «ритуали статусу»

чи «міжособистісні ритуали». Застосування поняття «ритуал» Е. Гоффман обґрунтовує так: «ці дії, навіть якщо вони неформальні чи повсякденні, дають індивідууму можливість звернути увагу на символічний смисл його дій і спланувати їх, коли він стоїть безпосередньо перед об'єктом, що має для нього особливе значення» (*Goffman, 1986, с. 64–65*).

Комплімент як фатичний мовленнєвий акт аналізують Н. В. Павлик та В. І. Карасик (*Карасик, 2002; Павлик 2018*). Якщо для вченої комплімент – це насамперед елемент фатичного спілкування, що вживається з метою встановлення чи підтримки контакту, або ж як засіб вираження захоплення (*Павлик 2018, с. 13–17*), то В. І. Карасика протиставляє ритуал етикетним діям, що є фатичними актами підтримання розмови у доброзичливій тональності між людьми, які належать до різних груп суспільства, і розглядає ритуал як «закріплену традицією послідовність значущих дій» (*Карасик, 2002, с. 159*). Також науковець розрізняє ритуал та етикет за такими ознаками: ритуал – ригідний, циклічний, не підлягає змінам, характерний певному етносу, конфесії, натомість етикетні дії варіюють від щирої доброзичливості до формальних етикетних знаків; ритуал – це символічний, сакральний вчинок, а сфера дії етикету – буденне спілкування; ритуалові притаманна колективність, етикетним діям – індивідуальність тощо (*Карасик, 2002, с. 159*). Мовознавець зазначає, що майже будь-яка мовленнєва дія може стати ритуалізованою, а потім і ритуальною, проте є дії, що тяжіють до ритуалізації, наприклад, прохання, вибачення, вітання, привітання, прощання тощо, а є й такі, для яких це не актуально, наприклад, лестощі чи комплімент (*Карасик, 2002, с. 170*).

Етикетною комунікативною дією називає комплімент і українська дослідниця Д. О. Гулієва, яка відзначає подвійне скерування компліменту, вважаючи, що його бенефіціантами є водночас і мовець, і адресат (*Гулієва, 2018, с. 156*). Вона також підкреслює його фатичний / етикетний / ритуальний характер і вважає, що «суб'єкт компліментарної оцінки може не перейматися наявністю підстав для винесення цієї оцінки, оскільки він керується ритуалізованими / автоматизованими патернами поведінки в межах «норм етикету» і його оцінка сприймається як частина цього патерну; від неї не очікується «об'єктивності» (*Гулієва, 2018, с. 157*).

Водночас з класифікації В. Богданова впливає, що комплімент є неінституційним (неритуальним) МА, адже до цього класу поряд з коміссивами, інтеррогативами, ін'юнктивами, реквестивами, адвісивами, констативами та афірмативами учений зараховує ще й клас експресивів (*Богданов, 1989, с. 25–37*), до якого можна було б зарахувати і комплімент. Тобто за В. Богдановим, експресиви – неінституційні (неритуальні), неспонукальні МА, що виражають психологічне ставлення мовця до адресата.

Вважаємо, що *етикетні компліменти* належать до конвенційної стратегії ввічливості, що базується на етикетності мовленнєвого спілкування. У таких випадках головною комунікативною інтенцією мовця є дотримання етикету і засвідчення власного ввічливого ставлення до співрозмовника. Етикетний комплімент не обов'язково повинен бути щирим та відповідати емоціям мовця. У таких ситуаціях комплімент вживається у своєму другому, застарілому

значенні «вітання» (*Duden, 2003, с. 931*). Наприклад, коли офіцери та фельдмаршал, прощаючись, віддають честь, Г. фон Кляйст окреслює це перформативом «komplimentieren»:

«FELDMARSCHALL Dann wird er die Fanfare blasen lassen.

DIE KURFÜRSTIN *da einige Offiziere sie komplimentieren:*

Auf Wiedersehen, ihr Herren! Laßt uns nicht stören.

Der Feldmarschall komplimentiert sie auch» (Kleist, 2004, с. 224).

Проаналізований фактичний матеріал засвідчує, що для драматичних творів XVIII–XX століття не характерне часте вживання етикетних компліментів у межах конвенційної ввічливості. Компліменти у застарілому значенні «ввічливого вітання» є зразками конвенційної етикетної ввічливості, проте комплімент розглядаємо насамперед як неінституційний, неконвенційний, а відтак і неритуальний МА.

Висновки. Принцип кооперації Г. П. Грайса та принцип увічливості Дж. Ліча вдало підходять для мовленнєвих дій, що мають на меті передати інформацію, проте їх тільки частково можна застосувати для компліментів і реакцій на них, оскільки останні порушують більшість максим мовленнєвого спілкування. Ці принципи насамперед характерні для ідеального міжособистісного спілкування, а аналіз фактичного матеріалу засвідчив набагато складніші процеси та умови, за яких відбувається висловлення компліменту.

Підсумовуючи, констатуємо, що П. Браун, С. Левінсон та Р. Лакофф вважають, що принцип кооперації Г. П. Грайса не діє під час реального спілкування, а співрозмовники постійно порушують задані правила через те, що дотримуються *стратегії ввічливості*. Концепції Р. Лакофф і Дж. Ліча та теорію П. Браун і С. Левінсона наближують розуміння ввічливості як генеральної стратегії врахування почуттів та інтересів співрозмовника і збереження позитивного іміджу партнера. Проте у такий спосіб обмежується вербальна поведінка мовців, оскільки потрібно враховувати інтереси, бажання, думки, емоції та почуття комунікативного партнера.

Вважаємо, що комплімент тісно пов'язаний з категорією ввічливості та реалізацією принципу ввічливості як одного зі способів гармонійного та успішного спілкування. Щирий комплімент досліджуємо як елемент *позитивної стратегії ввічливості*, що базується на зближенні співрозмовників. У межах *принципу кооперації* Г. П. Грайса, щирим компліментам характерне дотримання *максими якості* та *максими доречності*. У теорії максим мовленнєвого спілкування Дж. Ліча компліменту стосуються насамперед *максими схвалення, скромності та симпатії*, для цих МА притаманне порушення *максим згоди, тактовності та великодушності*. Отож, комплімент є важливим елементом соціальної взаємодії та втіленням ввічливого ставлення співрозмовників один до одного. Зауважмо, що ввічливість не є самоціллю, а засобом досягнення певних комунікативних цілей. Відтак способи і методи застосування ввічливості, зокрема і висловлення компліментів, комунікативні цілі мовця тощо залежать від багатьох факторів: від культури певного народу чи епохи, у межах якої висловлюють комплімент; від особистісних чинників адресата чи реципієнта, зокрема віку,

статі, соціального статусу тощо. Ця взаємозалежність може стати предметом подальших наукових розвідок у галузі соціолінгвістики та прагматики.

Список літератури

- Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 281 с.
- Богданов В. В. Классификация речевых актов. *Личностные аспекты языкового общения*. Калинин : Калинин. гос. ун-т, 1989. С. 25–37.
- Гулієва Д. О. Реалізація комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації : дис. ... канд. філ. наук : 10.02.04 / Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Харків, 2018. 268 с.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
- Карасик В. И. Ритуальный дискурс. *Жанры речи* : сб. науч. ст. / отв. ред. В. Е. Гольдин. Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. Вып. 3. С. 157–171.
- Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. Москва : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. Серия: Язык. Семиотика. Культура. 512 с.
- Павлик Н. В. Комунікативна та структурно-семантична організація фатичних мовленнєвих актів в англійській та українській мовах (на матеріалі драматичних творів кінця XIX – початку XX століть) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. Київ, 2018. 23 с.
- Мищенко В. Я. Compliment в мовленнєвій поведінці представників англословних (британської та американської) культур : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 1999. 18 с.
- Трофимова Н. А. Речевой акт комплимента: прагматический анализ. *Неэкономический Post Scriptum*, 2008. С. 80–88.
- Шахновська І. І. Комунікативна тактика компліменту в художньому дискурсі: перекладацький аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Одеса, 2017. Серія: Філологія. Вип. 26. Т. 2. С. 122–124.
- Adachi C. Compliments and Compliment Responses among Young Japanese. Saarbrücken : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. 366 p.
- Brown P., Levinson St. C. Politeness. Some universals in language usage. *Studies in Interactional Sociolinguistics*. New York : Cambridge University Press, 1987. № 4. 345 p.
- Duttlinger C. Komplimente im Spanischen. Freiburg (Breisgau) : Hochsch.-Verl., 1999. Hochschulsammlung Philosophie: Sprachwissenschaft. Bd. 12. 405 S.
- Farenkia B. M. Kontrastive Pragmatik der Komplimente und Komplimenterwiderungen. Kamerunisch-Deutsch. Aachen : Shaker Verlag, 2004. 138 S.
- Fraser B. The form and function of politeness in conversation. *Text- und Gesprächslinguistik: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* / Hg. von K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S. F. Sagen. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 16.2. Berlin : de Gruyter, 2001. Bd. 2. P. 1406–1425.
- Goffman E. Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1986. 292 S.
- Grice H. P. Logik und Gesprächsanalyse. *Sprechaktheorie*. Ein Reader / Hg. von P. Kußmaul. Schwerpunkte: Linguistik und Kommunikationswissenschaft: Bd. 17. Wiesbaden : Athenaion, 1980. S. 109–126.
- Herbert R. K., Straight H. S. Compliment-rejection versus Compliment-avoidance: Listener-based versus Speaker-based Pragmatic Strategies. *Language & Communication*. Pergamon Press, 1989. Vol. 9. No. 1. P. 35–47.
- Holmes J. Paying Compliments: A sex-preferential Politeness Strategy. *Journal of Pragmatics*. North-Holland : Elsevier Science Publishers B. V., 1988. № 12. P. 445–465.
- Kleist H. V. Prinz Friedrich von Homburg. *Der Kanon. Die deutsche Literatur*. Dramen / Hg. von M. Reich-Ranicki. Frankfurt am Main, Leipzig : Insel Verlag, 2004. Bd. 5. S. 205–298.
- Kompliment. *Duden. Deutsches Universalwörterbuch*. 5., überarbeitete Auflage. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2003. S. 931.
- Lakoff R. The logic of politeness, or, minding your p's and q's. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society*. Chicago, 1973. P. 292–305.
- Leech G. N. Principles of Pragmatics. New York; London : Longman, 1983. 264 p.
- Lessing G. E. Emilia Galotti. *Der Kanon. Die deutsche Literatur*. Dramen / Hg. von M. Reich-Ranicki. Frankfurt am Main, Leipzig : Insel Verlag, 2004. Bd. 1. S. 111–192.
- Manes J., Wolfson N. The Compliment Formula. *Conversational Routine* / Ed. by F. Coulmas. The Hague, 1981. P. 115–132.

Marten-Cleef S. Gefühle ausdrücken. Die expressiven Sprechakte. Göppingen: Kümmerle Verlag, 1991. 373 S.

Mironovschi L. Komplimente und Komplimenterwiderungen im Russischen und im Deutschen. Ein interkultureller Vergleich. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH. Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2009. 172 S.

Nicolaysen S. Das Kompliment als Höflichkeitsstrategie. Ein Vergleich am Beispiel des Schwedischen und des amerikanischen Englischen. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007. 119 S.

Werthwein D. C. Already got a compliment today? Wie Australier und Deutsche verbal auf Komplimente reagieren. Sankt Augustin: Asgard-Verlag, 2009. 256 S.

Wolfson N. An empirically based Analysis of Complimenting in American English. *Sociolinguistics and language acquisition*. (Issues in second language research) / Ed. by N. Wolfson, E. Judd. Rowley, London, Tokyo: Newbury House Publishers, 1983. P. 82–95.

Yu M.-C. On the universality of face: Evidence from Chinese compliment response behaviour. *Journal of Pragmatics*. 2003. № 35. P. 1679–1710.

References

Batsevych, F. S. (2003). *Narysy z komunikatyvnoi linhvistyky* [Essays on communicative linguistics]. Lviv: Vyd. tsentr LNU im. I. Franka.

Bohdanov, V. V. (1989). Klassyfykatsiya rechevykh aktov [Classification of speech acts]. *Lychnostnye aspekty yazykovoho obshchenyia*. Kalinin: Kalynyn. hos. un-t, 25–37.

Huliiieva, D. O. (2018). *Realizatsiia komunikatyvnykh stratehii pozytyvnoi / nehatyvnoi otsinky v anhlo-amerykanshii neofitsiinii komunikatsii* [Instantiation of communicative strategies of positive / negative evaluation in Anglo-American non-official communication]: dys. ... kand. fil. nauk: 10.02.04 / Kharkivskyy natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina. Kharkiv.

Yssers, O. S. (2008). *Kommunikatyvnye stratehyy y taktyky russkoi rechy* [Communication strategies and tactics of Russian speech]. Moscow: Yzd-vo LKY.

Karasyk, V. Y. (2002). Rytualnyi dyskurs [Ritual discourse]. *Zhanry rechy: sb. nauch. st. / otv. red. V. E. Holdyn*. Saratov: Yzd-vo HosUNTs «Kolledzh». Iss. 3, 157–171.

Laryna, T. V. (2009). *Katehoriia vezhlyvosty y styl komunikatsyy: sopostavlenye anhlyiskykh y russkykh lnhvokulturnykh traditsiy* [Category of politeness and communication style: comparison of English and Russian linguocultural traditions]. Moscow: Rukopysnye pamiatnyky Drevnei Rusy. Seryia: Yazyk. Semyotyka. Kultura.

Mishchenko, V. Ya. (1999). *Kompliment v movlennivii povedintsi predstavnykh anhlo-movnykh (brytanskoi ta amerykanskoii) kultur* [A compliment in the speech behavior of representatives of English-speaking (British and American) cultures]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kharkiv.

Pavlyk, N. V. (2018). *Komunikatyvna ta struktorno-semantychna orhanizatsiia fatychnykh movlennivnykh aktiv v anhliiskii ta ukrainskii movakh (na materialy dramatychnykh tvoriv kintsia XIX – pochatku XX stolit)* [Communicative and structure-semantic organization of phatic speech acts in the English language and the Ukrainian language (based on the material of dramatic texts of the end of XIX – beginning of the XX centuries)]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.17. Kyiv.

Trofymova, N. A. (2008). Rechevoi akt komplymenta: prahmatycheskyi analiz. [Speech act compliment: pragmatic analysis]. *Neekonomycheskyi Post Scriptum*, 80–88.

Shakhnovska, I. I. (2017). Komunikatyvna taktyka komplimentu v khudozhnomu dyskursi: perekladatskyi aspekt [Communicative tactics of compliment in artistic discourse: translation aspect]. *Naukovyi visnyk Mizhmarodnoho humanitarnoho universytetu*. Odesa. Serii: Filolohiia. Iss. 26. V. 2, 122–124.

Adachi, C. (2012). *Compliments and Compliment Responses among Young Japanese*. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing.

Brown, P., Levinson, St. C. (1987). Politeness. Some universals in language usage. *Studies in Interactional Sociolinguistics*. New York: Cambridge University Press. № 4.

Duttlinger, C. (1999). *Komplimente im Spanischen* [Compliments in Spanish]. Freiburg (Breisgau): Hochsch.-Verl. Hochschulsammlung Philosophie: Sprachwissenschaft. Bd. 12.

Farenkia, B. M. (2004). *Kontrastive Pragmatik der Komplimente und Komplimenterwiderungen. Kamerunisch-Deutsch* [Contrastive pragmatic of compliments and compliment-responses. Cameroon-German]. Aachen: Shaker Verlag.

Fraser, B. (2001). The form and function of politeness in conversation. *Text- und Gesprächslinguistik: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* / Hg. von K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S. F. Sagen. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 16.2. Berlin: de Gruyter. Bd. 2, 1406–1425.

- Goffman, E. (1986). *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation* [Interaction rituals. About behavior in direct communication]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Grice, H. P. (1980). Logik und Gesprächsanalyse [Logic and conversation analysis]. *Sprechakttheorie*. Ein Reader / Hg. von P. Kußmaul. Schwerpunkte: Linguistik und Kommunikationswissenschaft: Bd. 17. Wiesbaden: Athenaion, 109–126.
- Herbert, R. K., Straight, H. S. (1989). Compliment-rejection versus Compliment-avoidance: Listener-based versus Speaker-based Pragmatic Strategies. *Language & Communication*. Pergamon Press. Vol. 9. No. 1, 35–47.
- Holmes, J. (1988). Paying Compliments: A sex-preferential Politeness Strategy. *Journal of Pragmatics*. North-Holland: Elsevier Science Publishers B. V. № 12, 445–465.
- Kleist, H. V. (2004). Prinz Friedrich von Homburg [Prince Friedrich of Homburg]. *Der Kanon. Die deutsche Literatur*. Dramen / Hg. von M. Reich-Ranicki. Frankfurt am Main, Leipzig: Insel Verlag. Bd. 5, 205–298.
- Kompliment (2003) [Compliment]. *Duden. Deutsches Universalwörterbuch*. 5., überarbeitete Auflage. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag.
- Lakoff, R. (1973). The logic of politeness, or, minding your p's and q's. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society*. Chicago, 292–305.
- Leech, G. N. (1983). Principles of Pragmatics. New York; London: Longman.
- Lessing, G. E. (2004). Emilia Galotti [Emilia Galotti]. *Der Kanon. Die deutsche Literatur*. Dramen / Hg. von M. Reich-Ranicki. Frankfurt am Main, Leipzig: Insel Verlag. Bd. 1, 111–192.
- Manes, J., Wolfson, N. (1981). The Compliment Formula. *Conversational Routine* / Ed. by F. Coulmas. The Hague, 115–132.
- Marten-Cleef, S. (1991). Gefühle ausdrücken. Die expressiven Sprechakte [Express feelings. The expressive speech acts]. Göppingen: Kümmerle Verlag.
- Mironovschi, L. (2009). *Komplimente und Komplimentenwiderungen im Russischen und im Deutschen. Ein interkultureller Vergleich* [Compliments and compliment-responses in Russian and German. An intercultural comparison]. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH. Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Nicolaysen, S. (2007). *Das Kompliment als Höflichkeitsstrategie. Ein Vergleich am Beispiel des Schwedischen und des amerikanischen Englischen* [The compliment as a courtesy strategy. A comparison using the example of Swedish and American English]. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Werthwein, D. C. (2009). *Already got a compliment today? Wie Australier und Deutsche verbal auf Komplimente reagieren* [Already got a compliment today? How Australians and Germans react verbally to compliments]. Sankt Augustin: Asgard-Verlag.
- Wolfson, N. (1983). An empirically based Analysis of Complimenting in American English. *Sociolinguistics and language acquisition*. (Issues in second language research) / Ed. by N. Wolfson, E. Judd. Rowley, London, Tokyo : Newbury House Publishers, 82–95.
- Yu, M.-C. (2003). On the universality of face: Evidence from Chinese compliment response behaviour. *Journal of Pragmatics*, № 35, 1679–1710.

УДК 378.093.5:81'243](410)

**MODERN PRINCIPLES OF ORGANIZATION AND FUNCTIONING OF
THE PROFESSIONAL FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATION
COURSES IN GREAT BRITAIN
СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ Й ФУНКЦІОНУВАННЯ
КУРСІВ НАВЧАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІНШОМОВНОГО
СПІЛКУВАННЯ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ**

Олена МУДРА

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

o.mudra@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-8352-9166

DOI: [HTTPS://DOI.ORG/10.31861/GPH2021.831-832.231-240](https://doi.org/10.31861/GPH2021.831-832.231-240)

The objective of this article is to analyze the content of the professional foreign language communication courses at the universities of Great Britain – Oxford, Cambridge and London School of Economics. The purpose of our project is to identify the features of the organization and functioning of the professional foreign language communication courses at universities of Great Britain and to substantiate the possibilities of using the British experience in Ukraine. According to the purpose of the project, the following main tasks of our research are defined: to study the state of the problem research; to investigate the directions of reforming courses in Great Britain; to describe the organization and functioning of the professional foreign language communication courses; to carry out a comparative and pedagogical analysis of language policy in Ukraine and Great Britain and to exemplify some recommendations for the possible implementation of the experience of Great Britain in the practice of higher education in our country. The object of the project is the professional foreign language communication courses in universities of Great Britain. The subject of the study is the content, forms, methods and technologies of the above mentioned courses. During our research it has been proved that an important incentive for the creation of courses is the introduction and practice of both compulsory and optional elective courses in British universities. The practical significance of the obtained results of the project lies in the possibility of using the experience of organizing and functioning of professional foreign language communication courses in universities of Great Britain in higher educational institutions of Ukraine.

Key words: professional foreign language communication, Certificate Courses, Degree Courses, Continues Assessment, Common European Framework of Reference, universities in Great Britain, higher education.

Стаття сфокусована на проведенні аналізу сучасних принципів організації, функціонування та змісту курсів навчання професійного іншомовного спілкування в університетах Великої Британії, а саме в Оксфордському та Кембриджському університетах та в Лондонській школі економіки. Вивчено стан досліджуваності проблеми; розглянуто етапи розвитку та становлення курсів професійного іншомовного спілкування в університетах Великої Британії; охарактеризовано зміст та основні принципи навчання; ознайомлено з сертифікованими програмами вивчення іноземних мов; представлено систему оцінювання курсів та їх ступеневий розподіл. Визначено та охарактеризовано основу мету курсів навчання професійного іншомовного спілкування та коротко проаналізовано їх основну джерельну базу. Практичне значення отриманих результатів нашого дослідження полягає у можливості використання досвіду організації та функціонування курсів навчання професійного іншомовного спілкування в університетах Великої Британії у вищих навчальних закладах України. Відповідно до проведеного нами дослідження було визначено основні позитивні аспекти британської мовної політики, актуальність її подальшого вивчення та перевагу впровадження такого досвіду в університетський соціум нашої країни.

Ключові слова: професійне іншомовне спілкування, сертифіковані курси, ступеневі курси, система оцінювання, система кваліфікацій, університети Великої Британії, вища освіта.

Вступ. У сучасних умовах глобалізації суспільного розвитку система вищої освіти є важливим засобом оптимізації підготовки нової генерації фахівців, задоволення освітніх потреб особистості та суспільства, диференціації професійної підготовки, входження нашої країни до світового освітянського простору. Розширення міжнародних контактів, зміцнення політичних, економічних, технологічних та культурних зв'язків України з іншими державами, потреби, які назрівають у міжкультурній комунікації, вимагають від молодого покоління креативного мислення і високої культури спілкування, а відтак, зумовлюють необхідність володіння іноземними мовами. У зв'язку з цим, осучаснення змісту і методів навчання, розвиток і модернізація вищої освіти,

зокрема забезпечення якості навчання професійного іншомовного спілкування (ПМС), організація й функціонування курсів навчання іноземної мови, набуває першочергового значення як у загальноєвропейському просторі, так і в Україні.

Аналіз теоретичних джерел дає підстави стверджувати, що саме в університетах Великої Британії наявний відмінний практичний досвід щодо вирішення обраної нами проблеми – модернізації мовної політики.

Мета нашого дослідження полягає у виявленні особливостей організації та функціонування курсів навчання ПМС в університетах Великої Британії та обґрунтуванні можливостей використання британського досвіду в Україні.

Відповідно до мети визначено такі основні завдання дослідження:

1. Вивчити стан дослідженості проблеми.
2. Дослідити напрями реформування курсів у Великій Британії.
3. Схарактеризувати організацію та функціонування курсів навчання ПМС.
4. Здійснити порівняльно-педагогічний аналіз мовної політики в Україні та

Великій Британії, на його основі обґрунтувати рекомендації щодо можливого впровадження досвіду Великої Британії у практику вищої школи нашої країни.

Об'єктом дослідження виступають курси навчання ПМС в університетах Великої Британії.

Предметом дослідження є зміст, форми, методи і технології вище згаданих курсів. Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості використання досвіду організації та функціонування курсів навчання ПМС в університетах Великої Британії у вищих навчальних закладах України.

Методи дослідження. Окреслена мета та завдання нашого дослідження вмотивували вибір комплексу взаємопов'язаних методів дослідження: теоретичних – аналіз, синтез, систематизацію, узагальнення та порівняння, що дали змогу вивчити нормативно-законодавчі документи, монографічну і навчально-методичну літературу та з'ясувати організаційно-методичні принципи організації та функціонування курсів ПМС у Великій Британії; інтерпретаторсько-аналітичний, що сприяв здійсненню концептуального аналізу документальних та наукових джерел; метод термінологічного аналізу, що забезпечив розкриття сутності досліджуваних понять; метод системно-структурного аналізу, що дав змогу виокремити особливості структури та організації курсів іноземної мови; метод порівняльно-зіставного аналізу – для виявлення спільних та відмінних ознак у зарубіжному та вітчизняному досвіді; метод екстраполяції, що дозволив спрогнозувати перспективи використання досвіду британських університетів в університетах України).

Результати та обговорення. Сучасні принципи організації й функціонування системи навчання ПМС у Великій Британії сприяють тому, що навчальними програмами враховуються найновіші наукові досягнення. Важливим стимулом до цього є впровадження й практика як обов'язкових, так і факультативних навчальних курсів на вибір. Подібні курси переважають здебільшого на основі професійної або післябазової професійної освіти, хоча є багато прикладів їх упровадження й на рівні базової, обов'язкової та, значною

мірою, уніфікованої освіти. Наприклад, у Великій Британії навчальні предмети на вибір вводяться вже з першого року навчання у вищій школі (*Clapham, Corson, 1998, с. 123*), причому їх навчальний матеріал включає найрізноманітніші знання – гуманітарні (іноземні мови, екологія, релігія), природничо-технічні (технічне креслення, інформатика), мистецтвознавчі (музика, малярство). Особливо популярними є курси іноземних мов (навчання ПІМС), де займаються студенти не лише мовних спеціальностей, а, що важливо, майбутні програмісти, математики, фізики, біологи тощо. Частина таких курсів, що втратила свою актуальність, вилучають з програм і замінюють. Ті ж навчальні курси на вибір, які виявляються особливо цінними з огляду на завдання побудови цілісної системи студентських знань, набувають статусу обов'язкових предметів і поповнюють інваріантну частину програм (*Whitty, 2002, с. 240*).

Пошук єдиних підходів до формування сучасного змісту освіти передбачає врахування багатьох як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників, які впливають на цей процес. Британські педагоги, такі як С. Бол (S. Ball), Дж. Кірк (G. Kirk, М. Бірам (M. Byram) у своїх працях намагалися знайти відповіді на досить непрості запитання щодо змісту освіти в цілому: “Яким чином і на яких засадах потрібно створювати зміст сучасної вищої освіти та як покращити навчання професійного іншомовного спілкування?” Ними було доведено, хоча і у різний спосіб, що передусім потрібно звернутись до суті навчального процесу в університетах Великої Британії та ретельно проаналізувати його основний зміст та функції.

Після проведеного нами ґрунтовного аналізу і дослідження окремих документів британської вищої освіти, можемо стверджувати, що усі університети Великої Британії мають високий рівень автономії у визначенні курсів, програм і методів навчання. Загальну політику у вищій освіті здійснює, так званий, Відділ Освіти (*Department for Education (DfE)*), який на початку 2010 року був перейменований у Відділ щодо питань Дітей, Шкіл та Сімей (*Department for Children, Schools and Families (DCSF)*) шляхом розподілу фінансових і матеріальних ресурсів. Як свідчить британський педагог С. Бол (*Ball, 2002, с. 35*), “посередницькі функції між урядом та університетами покладені на три ради університетських фондів (*Higher Education Funding Council*) (Англії, Шотландії та Уельсу)”. До складу вище згаданих рад входять представники закладів вищої освіти з регіонів Великої Британії, шкіл і ліцеїв, а також окремі роботодавці. Таке широке представництво дає змогу поєднати цілі держави та інтереси закладів вищої освіти, досить об'єктивно оцінюючи останні. Консультативним органом з оцінки є комітет ректорів, який з 1992 р. перейменований на Комітет з якості вищої освіти (*Higher Education Quality Council*).

Говорячи про організацію та функціонування курсів ПІМС, слід зазначити що, за словами Д. Кірка (*Kirk, 1995, с.115*), у Великій Британії лише три вищі навчальні заклади (*Oxford, Cambridge, LSE*) мають досить високий рівень такої підготовки. Отже, нам слід розглянути як саме проходить навчання в даних освітніх установах.

В Оксфордському університеті курси ПІМС доступні для вивчення дванадцятьма мовами (китайською, французькою, грузинською, німецькою,

грецькою, італійською, португальською, російською, іспанською, вельською, арабською, японською). ПІМС включене до переліку обов'язкових програм, але студент самостійно обирає мову, яку вивчатиме, та рівень, яким він прагне володіти. Для майбутніх фахівців, будь-якої сфери, діють курси навчання ПІМС (LASR – *Languages for Study and Research*, OPAL – *The Oxford University Programme in Languages, Closed Courses for Faculties and Departments*) (Byram, 1997, с. 68).

Програма LASR (Woodhead, 2002, с. 10) складається з 50 курсів різного рівня (*Level*) на десяти доступних іноземних мовах (китайська, французька, грузинська, німецька, грецька, італійська, португальська, російська, іспанська, вельська) для студентів яким потрібне вивчення ПІМС для майбутньої професій, або для досліджень у галузі науки (*Optional Course* – курс за вибором). Більшість з цих курсів пропонують два заняття по 50 хвилин на тиждень (*Single class*), або ж об'єднане заняття один раз на тиждень (*Double class*). Термін навчання (*Learning time*) курсів починається з жовтня і продовжується протягом всього навчального року до червня місяця. Приєднатись до навчання на курсах можливо будь-якого семестру, якщо дозволяє програма, а також при наявності вільних місць. LASR курси надають студентам можливість отримати сертифікат (*Certificate of Attendance*) про те що вони відвідували курси з навчання ПІМС, за умови написання та складання усіх контрольних робіт (*Progress Tests*) та екзамену (*Examination/Exam*), а також виставленої оцінки (*Grade*). LASR курси не є безкоштовними, за реєстрацію та заповнення анкети студент повинен сплатити 35 фунтів, збір на користь персоналу університету становить 65 фунтів за семестр, за користування та членство в Мовній Бібліотеці (*Language Center Library*) становить 125 фунтів за увесь курс. Отже загальна плата за мовний курс становить 225 фунтів.

Окрім необхідної плати за курс, потрібно також отримати дозвіл від керівника про необхідність проходження курсу навчання ПІМС, згідно встановленої програми. Перед прийомом на будь який курс потрібно скласти вхідний тест (*Placement Test*) онлайн, за результатами якого проводитиметься набір за відповідним рівнем.

LASR курси поділяються на 5 основних рівнів:

1. Початковий рівень (*Beginner*) – де пропонуються основні поняття та початковий рівень володіння ПІМС.

2. Нижчий середній рівень (*Lower Intermediate*) – що складається з повного початкового рівня за пришивдшеною програмою (*General Certificate of Secondary Education* (GCSE)) та середнім рівнем володіння ПІМС.

3. Середній рівень (*Intermediate*) – дозволяє на середньому рівні проводити перемовини та спілкуватися на професійні теми, а також містить елементи GCSE.

4. Вищий середній рівень (*Upper Intermediate*) – дає слухачеві можливість говорити складними реченнями та володіти ситуацією на мовному професійному рівні.

5. Прогресивний рівень (*Advanced*) – високий рівень володіння ПІМС, на рівні C стандарту.

На кожному з цих рівнів діє одна єдина система оцінювання (*Continues Assessment*).

В Оксфордському університеті діє також програма OPAL (*Woodhead, 2002, с. 39*), яка на відміну від LASR, є більш популярною серед студентів, хоча також є платною і оплата становить 265 фунтів плюс екзамен 70 фунтів, та пропонує при завершенні курсів сертифікат (*Certificate of Achievement*). Програма OPAL складається з курсів різного рівня (*Level*) на восьми доступних іноземних мовах (арабська, французька, німецька, італійська, японська, російська, іспанська, китайська). Від курсів LASR в проведенні занять OPAL відрізняється лише тим, що на останніх студент має право самостійно обирати кількість годин вивчення ПІМС на тиждень, але не перевищувати загально визначеної кількості годин на семестр. Термін навчання курсів починається з жовтня і продовжується протягом всього навчального року до червня місяця. Тривалість курсів три семестри. Курси поділяються на 5 основних рівнів:

1. Основний рівень (*Basic, Elementary*) – де пропонуються основні поняття та початковий рівень володіння ПІМС (Загальноєвропейські компетенції володіння іноземною мовою (CEFR – *Common European Framework of Reference for Languages*) A1).

2. Пороговий рівень (*Threshold*) – що складається з повного початкового рівня за пришвидшеною програмою (GCSE) та середнім рівнем володіння ПІМС (CEFR A2).

3. Рівень незалежного користувача (*Vantage*) – дозволяє на середньому рівні проводити перемовини та спілкуватися на професійні теми, а також містить елементи GCSE (CEFR B1).

4. Високий рівень (*Higher*) – дає слухачеві можливість говорити складними реченнями та володіти ситуацією на мовному професійному рівні (CEFR B2).

5. Професійний рівень (*Proficiency*) – високий рівень ПІМС (CEFR C1).

Програма OPAL дає можливість студентам більше часу займатись ПІМС, адже кількість годин на вивчення іноземної мови є значно більшою, в порівнянні з курсами LASR.

Другим в нашому рейтинговому списку університетів, де ми зможемо спостерігати як проходить організація та функціонування курсів ПІМС, являється Кембриджський університет. Так само, як і в Оксфордському Університеті, в останньому діють курси навчання ПІМС, які працюють на основі Мовного центру (*Language Center*). Загальні курси з іноземної мови мають назву CULP (*Cambridge University Language Programme*). По закінченню курсів студент має право отримати сертифікат (*Certificate of Proficiency*), який є визнаний не лише у Великій Британії, а й по всій Європі за системою кваліфікацій (*Common European Framework of Reference*), та використовується для підвищення рівня (рейтингу) резюме (CV) при влаштуванні на роботу. Контроль знань студентів (*Assessment*) по завершенню курсів складається з: курсової роботи (*Coursework*), яка виконується протягом навчання, усної презентації (повідомлення), аудіювання та граматичного тестування. Кожне з завдань, окрім курсової роботи, триває одну годину, та студент повинен набрати більш ніж 50% балів для успішного завершення

курсів та для отримання сертифікату. Також обов'язковою умовою є відвідування більш ніж 80% усіх занять.

В університеті пропонують іноземні курси на десяти мовах (арабська, португальська, китайська, французька, німецька, італійська, японська, грецька, російська, іспанська), та на різних рівнях:

- Курси академічного читання (*Academic Reading Courses*), які є чотирьох рівнів: основний (*Basic*), елементарний (*Elementary*), середній (*Intermediate*), високий (*Advanced*), де пропонують покращити граматичні навички шляхом використання словника для покращення техніки читання та вимови іноземних слів; під час курсів студентам пропонують тексти професійного спрямування для покращення рівня їх ПІМС.

- Курси на замовлення (*Bespoke Courses*), які розроблені для окремих факультетів, або кафедр, для того щоб студенти мали можливість вивчати свій професійний предмет мовою тієї країни, де вони планують продовжити свою кар'єру. Такі курси є надзвичайно популярними в Кембриджському університеті, де студенти мають можливість пройти курс навчання ПІМС, що входить до навчального плану студентів, хоча не є повним, а потребує продовження навчання на інших платних курсах.

- Відкриті курси (*Open Courses*), які є трьох рівнів: стандартні (*Standart*), напів-інтенсивні (*Semi-intensive*) та інтенсивні (*Intensive*). Курси доступні на будь-якому рівні та на будь якій мові, яку вивчають в Мовному центрі.

Основною базою для підручників усіх курсів є електронна база університету, а зокрема Мовного центру, де при вступі на будь-який курс навчання ПІМС студент отримує право користуватись електронним фондом бібліотеки (*CamTools*). *CamTools* – це віртуальне мовне середовище, створене в університеті для освіти студентів та покращення їх знань не лише в мовній сфері, а й в інших галузях науки. Аналогічним сайтом Мовного центру є сайт *John Trim Center*, який вміщує підручники на понад 165 мовах світу, включаючи відео, та забезпечуючи студентів вправами для самоосвіти та тренувальними тестами по підготовці до складання іспитів (*Becher & Huber, 2002, c. 39*).

Наступний навчальний заклад у нашому рейтинговому списку – це Лондонська школа економіки (*London School of Economics (LSE)*). Мовний центр LSE (*The Language Centre*) – є осередком вивчення іноземних мов у школі в цілому. ПІМС в LSE вивчають на курсах, які студенти відвідують у вибраній ними термін – це так звані програми сучасних іноземних мов (*Modern Foreign Language Programmes*), на яких вивчають німецьку, французьку, іспанську, російську мови. Такі програми-курси поділяються на ступеневі курси (*Degree Course*), які відвідують ті студенти, що мають намір отримати ступінь доктора; та сертифіковані курси (*Certificate Course*), які мають змогу відвідувати не лише майбутні спеціалісти, а й студенти інших навчальних закладів, які зацікавлені в навчанні ПІМС. Курси входять до переліку необхідних до складання предметів, та діляться за спеціальностями.

На відміну від курсів у Оксфордському університеті, у LSE для того щоб відвідувати курси, не потрібно складати вступного екзамену-тесту, студент

повинен сам оцінити свій рівень знань, шляхом проходження так званого тесту-самооцінювання онлайн у зручний для себе час. ПІМС майбутні спеціалісти вивчають на курсах Мови та Суспільства (*Language and Society*), що входять до складу загальних курсів (*Modern Foreign Language Programmes*), які мають 5 рівнів: 1) *Language and Society 1 (Beginner)*: Початковий; 2) *Language and Society 2 (Intermediate)*: Середній; 3) *Language and Society 3 (Advanced)*: Високий; 4) *Language and Society 4 (Proficiency)*: Професійний; 5) *Language and Society 5 (Mastery)*: Майстерний.

Для того щоб успішно завершити будь-який з рівнів *Modern Foreign Language Programmes*, потрібно набрати не менше 60% балів під час іспиту в кінці курсу. Іспит складається з усного мовлення, письмового завдання та дослідження в рамках спеціальності. Тривалість іспиту 3 години. Навчання на курсах триває протягом 10-20 тижнів та розпочинається будь-якого семестру, в залежності від обраної студентом програми. Курси не безкоштовні, та ціна на них коливається від 215 фунтів до 645 фунтів за один курс, що залежить від рівня складності курсів.

Основним змістом курсів іноземних мов у Великій Британії є можливість розвивати навички ПІМС шляхом: комунікативної діяльності; інформаційних технологій; дослідження; створення презентацій, візуалізації.

Завдяки курсам студенти розвивають не лише мовні навички, про що йдеться в структурі програм (*Becher & Huber, 2002, с. 87*), а також навички дослідження, вони вдосконалюють свої знання з політичної, суспільної, економічної, технічної та природничої площини тієї країни, мову якої вивчають.

Основною метою усіх курсів навчання ПІМС в університетах Великої Британії, згідно навчальних планів (*Hest & Oud-de Glas, 1990, с. 64*) є:

- забезпечити розуміння іншомовного тексту, розвиток розмовних навичок та навичок читання, які необхідні для розмови та спілкування іноземними мовами, які вивчають студенти, в повсякденних ситуаціях та в ділових розмовах;

- після закінчення курсів студент повинен володіти такими навичками:

1. представляти себе та вітатись з іноземцями;
2. розповідати про сім'ю та про її походження;
3. замовляти їжу та напої в ресторані;
4. володіти лексикою, необхідною для поїздок за кордон (покупка квитків, бронювання готелю, резервування конференц залів та організація презентацій тощо);
5. представляти свою професію та основну мету своєї роботи;
6. домовляти про зустрічі та організувати їх;
7. обговорювати свій робочий графік та принципи роботи в колективі, на фірмі;
8. відповідати на запрошення та на будь-які запити;
9. вести ділову кореспонденцію;
10. вести ділові переговори та чітко володіти мовною ситуацією під час брифінгів.

Висновки. Аналізуючи роботу курсів навчання ПІМС в університетах Великої Британії, варто відзначити наступні позитивні аспекти:

- організація курсів проводиться на найвищому навчальному рівні;
- студенти мають можливість відвідати країну, мову якої вони вивчають;
- студенти за попереднім тестуванням визначають свій рівень володіння ПМС;
- слухачі курсів мають постійний доступ до ресурсів Мовних центрів, які постійно поповнюються;
- структура та функціонування усіх курсів чітко визначена;
- слухачі курсів можуть обрати будь-який термін для навчання, враховуючи своє навантаження;
- на курси можуть зарахувати слухачів з будь-яких інших установ Великої Британії;
- випускники курсів отримують сертифікати різних зразків, що суттєво впливає на майбутнє працевлаштування.

За підсумками нашого дослідження запропоновано такі рекомендації щодо впровадження досвіду Великої Британії у вищих навчальних закладах України: на стратегічному рівні: оптимізувати (або створити) курси навчання ПМС, охопивши всі його рівні (національний, регіональний, шкільний, університетський); розробити стратегію розвитку курсів ПМС в університетах нашої країни з урахуванням тенденцій розвитку у Великій Британії; створити науково-методичний центр для аналізу перспективного загальноєвропейського досвіду іншомовної освіти, залучивши фахівців різних галузей (психологів, методистів, лінгвістів) та зацікавлених сторін (роботодавців); запровадити багаторівневі курси з іноземних мов з урахуванням особливостей майбутньої професії; організувати мовленнєву практику; на дидактичному рівні: упровадити холістичний підхід до підготовки навчання ПМС майбутніми спеціалістами; здійснювати міжпредметну інтеграцію; активізувати роботу з формування ІКТ-грамотності, використовувати альтернативні види оцінювання (взаємооцінювання, оцінювання на основі портфоліо).

Список літератури

- Ball S. Education policy in England. Changing modes of regulation: 1945-2001. *Changes in Regulation Modes and Social Reproduction of Inequalities in Education Systems: A European Comparison // Deliverable 2*. London: Institute of Education and King's College, University of London. February 2002. 44 p.
- Becher T., Huber L. *Process and Structure in higher education*. Routledge, London and N. Y., 1992. 240 p.
- Byram M. *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Multilingual Matters, Clevedon, 1997. 154 p.
- Clapham C., Corson D. *Encyclopedia of language and education*. Dordrecht, Kluwer, 1998. 456 p.
- Hest E., Oud-de Glas M. *A survey of techniques used in the diagnosis and analysis of foreign language needs in industry*. Lingua, Brussels, 1990. 158 p.
- Kirk G. *Moray house and Change in Higher education*. Edinburgh, Scottish Academic Press, 1995. 447 p.
- Whitty G. *Making sense of education policy: Studies in the sociology and politics of education*. London: Paul Chapman Publishing, 2002. 177 p.
- Woodhead Ch. *The standards of today. And how to raise them to the standards of tomorrow*. London: Adam Smith Institute, 2002. 12 p.

References

- Ball, S. (2002). *Changing modes of regulation: 1945-2001. Changes in Regulation Modes and Social Reproduction of Inequalities in Education Systems: A European Comparison*. London: Institute of Education and King's College, University of London.

- Becher, T. & Huber, L. (1992). *Process and Structure in higher education*. London and New York: Routledge.
- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Clapham, C. & Corson, D. (1998). *Encyclopedia of language and education*. Kluwer: Dordrecht.
- Hest, E. & Oud-de Glas, M. (1990). *A survey of techniques used in the diagnosis and analysis of foreign language needs in industry*. Brussels: Lingua.
- Kirk, G. (1995). *Moray house and Change in Higher education*. Edinburgh: Scottish Academic Press.
- Whitty, G. (2002). *Making sense of education policy: Studies in the sociology and politics of education*. London: Paul Chapman Publishing.
- Woodhead, Ch. (2002). *The standards of today. And how to raise them to the standards of tomorrow*. London: Adam Smith Institute.

УДК 811.111'367.32

**VERBALIZATION OF THE CONCEPT *DOUBT*
BY MEANS OF EPISTEMIC MODALITY
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *DOUBT*
ЗАСОБАМИ ЕПІСТЕМІЧНОЇ МОДАЛЬНОСТІ**

Людмила НІЖНИК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

l.nizhnyk@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0003-1411-0561

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.240-252>

The article considers verbalization of the DOUBT concept by means of epistemic modality, namely epistemically marked words and phrases. The relevance of the study is due to the tendency to study epistemic modality (Palmer F., Halliday M.), epistemic words (Biber D., Wierzbicka A.), phrases of harmonious / disharmonious type (Aijmer K., Hoye L.) and intensifier words (Quirk R.). However, the verbalization of the DOUBT concept by these units has not yet been studied. The object of research is the ways of verbalization of the DOUBT concept by means of epistemic modality, and the subject of research is the meaning of epistemic words and phrases Adv + V / V + Adv, Modal V + Adv, Adv + Adj, Adj + N, where the main words are epistemically marked words, and adverbs and adjectives act as modifiers and intensifiers of meaning. Material of the research – dictionary definitions of epistemic words, word combinations of epistemic words with adverbs-intensifiers in the Oxford Collocations Dictionary, modern English fiction from the 90s of the XX century until now. The research methodology consists in using component analysis of epistemic words to determine words with the “uncertain” seme, lexical-semantic analysis to distinguish verbalizing words of the DOUBT concept, in analyzing the compatibility of epistemic words with intensifier words and pragmatic analysis of epistemic words and phrases.

The results of the study are the identification of the semantic features that are inherent in the words verbalizing the concept DOUBT and their grouping by semantic features. Studies of harmonic / disharmonious type phrases allow to refer to the phrases-verbalizers of the DOUBT concept those that contain units that express a weak force of modality (e.g. could possibly), and those whose meaning is modified by intensifier words in the direction of intensification of uncertainty (e.g. will possibly). In the phrases Adv + V / V + Adv, Adv + Adj, Adj + N the influence of the adverb of degree on the meaning of the phrase was traced. The compatibility of epistemic words to denote the DOUBT concept and epistemic words of confidence and probability with amplifiers, emphasers and downtoners (Quirk R. terms) has been studied. It has been found that the use of epistemic words

of confidence and probability with downtoners mitigates the confidence of such a phrase and contributes to its attribution (e.g. hardly believe) to the traditional verbalizers of the DOUBT concept.

Key words: concept, doubt, epistemic words, intensifiers, modifiers, phrases, modality, harmonic / disharmonic type phrases.

У статті розглянуто вербалізацію концепту DOUBT засобами епістемічної модальності, а саме епістемічно маркованими словами та словосполученнями. Актуальність дослідження зумовлена тенденцією до активного вивчення епістемічної модальності (Палмер Ф., Халлідей М.), епістемічних слів (Байбер Д., Вежбицька А.), словосполучень гармонійного/ дисгармонійного типу (Аіджмер К., Хойє Л.) та слів-інтенсифікаторів (Квірк Р.). Однак, вербалізація концепту DOUBT цими одиницями ще не вивчалася. Об'єктом дослідження є способи вербалізації концепту DOUBT засобами епістемічної модальності, а предметом дослідження – значення епістемічних слів та словосполучень Adv+V/ V+Adv, Modal V+Adv, Adv+Adj, Adj+N, де головними словами є епістемічно марковані слова, а прислівники та прикметники виступають модифікаторами та інтенсифікаторами значення. Матеріал дослідження – словникові визначення епістемічних слів, словосполучення епістемічних слів з прислівниками-інтенсифікаторами у словнику Oxford Collocations Dictionary, сучасна англійська художня література від 90-х років ХХ ст. до цього часу. Методика дослідження полягає у використанні компонентного аналізу епістемічних слів для визначення слів з семою “uncertain”, лексико-семантичного аналізу для виокремлення слів-вербалізаторів концепту DOUBT, у аналізі сполучуваності епістемічних слів з словами-інтенсифікаторами та прагматичному аналізі епістемічних слів та словосполучень в тексті.

Результати дослідження полягають у виявленні семантичних ознак, які є притаманними для слів-вербалізаторів концепту DOUBT, та їх віднесення в групи за семантичними ознаками. Дослідження словосполучень гармонійного/ дисгармонійного типу дозволяють віднести до словосполучень-вербалізаторів концепту DOUBT ті, які мають у своєму складі одиниці, що виражають слабку силу модальності (напр. could possibly), та ті, значення яких модифікується словами-інтенсифікаторами в бік інтенсифікації невпевненості (напр. will possibly). У словосполученнях Adv+V/ V+Adv, Adv+Adj, Adj+N було простежено вплив прислівника міри та способу на значення фрази. Вивчено сполучуваність епістемічних слів на позначення концепту DOUBT та епістемічних слів впевненості та ймовірності з ампліфасрами, емфесайзерами та даунтонерами (терміни Quirk R.). Встановлено, що вживання епістемічних слів впевненості та ймовірності з даунтонерами мітигують впевненість такої фрази і сприяють її віднесенню (напр. hardly believe) до традиційних вербалізаторів концепту DOUBT.

Ключові слова: концепт, сумнів, епістемічні слова, інтенсифікатори, модифікатори, словосполучення, модальність, словосполучення гармонійного/ дисгармонійного типу.

Вступ. Дослідження сумніву є актуальним, тому що він є істотною частиною множини щоденних інтенцій будь-якого носія мови та відображається в мові значною кількістю мовних засобів. Сумнів вивчався вітчизняними та зарубіжними науковцями: Гнатюк А. (2014) досліджувала вербальні та невербальні засоби вираження сумніву в дискурсі, Ярхо А. (2004) вивчала комунікативну стратегію невпевненості в сучасному англійському дискурсі, Юровицька Л. (2005) аналізувала лінгвокультурний концепт DOUBT, Борисенко Н. (2010) вивчала епістемічні засоби вираження гендерної специфіки невпевненості в мовленні героїв сучасної британської драми. Проте питання модифікації значення епістемічних слів не розглядалося у згаданих вище дослідженнях. А відтак, новизна дослідження в тому, що концепт DOUBT, а саме його поняттєвий рівень, розглядається тут з позицій

врахування його вербалізації епістемічними словами та словосполученнями епістемічних слів з інтенсифікаторами.

Стаття досліджує вербалізацію концепту DOUBT засобами епістемічної модальності. Такі вербалізатори належать до поняттєвої сторони концепту, його номінативного простору, що визначається як “сукупність номінативних засобів, які об’єктивують концепт, що має комплексний характер, беручи до уваги, що концепт вербалізується в мові різнорівневими засобами – лексичними та фразеологічними одиницями, структурними та позиційними схемами речень, текстами та сукупностями текстів” (Останчук, 2018, с. 85). Сумнів, корелюючи з поняттям невпевненості, має відношення до епістемічної модальності, що виражає певний вид і тип знання, повноту або неповноту знання та рівні знання в мові.

Слова, марковані епістемічною модальністю, розглядаються багатьма лінгвістами (Байбер Д., Вежбицька А., Палмер Р., Пуллум Г., Хаддлстон Р., Халлідей М.). Епістемічні слова мають силу модальності, що визначається, як “сила зобов’язання до фактичності чи актуалізації ситуації” (Huddleston, 2002, с. 175). Сила модальності та рівень ймовірності епістемічних слів робить можливою категоризацію епістемічних слів та їх розміщення на шкалі ймовірності. Шкала ймовірності використовується для опису сили віри щодо точності чи якості передбачення, судження чи вибору і описується через континуум, що простягається від цілковитої впевненості до повного сумніву, або неможливості. Слова ймовірності можна розмістити на шкалі від 0 до 1, де слова, що позначають віру наближені до значення 1, а слова, що позначають сумнів – до 0 (Тайген 1988, с. 34). Реноїдж С. та Віттеман К., аналізуючи усний медичний дискурс, пропонують шкалу ймовірності, що має такі відрізки, як “certain” (100%), “probable” (85%), “expected” (75%), “fifty-fifty” (50%), “uncertain” (25%), “improbable” (15%) та “impossible” (0%) (Renooij S., Witteman C., 1999, с. 191). Навпроти кожної відмітки шкали міститься цифровий відповідник (від 1 до 100). Слід зазначити, що таке розміщення слів впевненості/ невпевненості на шкалі ймовірності не є точним, а має нечіткі межі. Терміни на відрізку впевненості/ невпевненості мають властивості розмитості (fuzziness) та нечіткості (vagueness). Заде Л. стверджує, що невизначеність “відіграє значну роль в когніції людини, оскільки величезна кількість класів, які зустрічаються в природі, є невизначеними” (Zadeh, 1972, с. 4). Він розглядає мовні одиниці *very*, *moreorless*, *slightly* як оператори, що відображають різні значення членів певного класу, що складають розмите поняття.

Халлідей М. (Halliday, 2014, с. 620) запропонував класифікацію ступенів достовірності, яка корелює зі ступенями впевненості адресанта в достовірності висловленої інформації, та визначив їх лінгвістичні маркери: 1) високий ступінь (*certainly*, *I know*, *I am sure/certain*, *must*), 2) середній ступінь (*probably*, *likely*, *I think*), 3) низький ступінь (*possibly*, *perhaps*, *may*, *might*). Вестні П. (Westney, 1986, с. 315) пропонує розмістити епістемічні модальні слова на трьох рівнях – епістемічні модальні слова з сильним значенням (*I know*, *I’m sure/certain*, *it’s certain*, *must*, *will*, *should/would*), епістемічні модальні слова з проміжним значенням (*I think*, *probably*, *likely*, *presumably*), епістемічні модальні слова з слабким значенням (*possible that*, *perhaps*, *may*, *might*). На думку Моор К. (Moore,

1993, с. 155), слова, марковані епістемічною модальністю, мають сильні (певні) значення (*I know, I'm sure, It's certain*), слабкі (можливі) значення (*It's possible, perhaps, may, might*), проміжні (ймовірні) значення (*It's probably, likely, I think*).

Мета дослідження – виокремити епістемічно марковані слова для вербалізації концепту DOUBT та дослідити словосполучення Adv+V/ V+Adv, Modal V+Adv, Adv+Adj, Adj+N та їх модифікації для вербалізації концепту DOUBT.

Завдання дослідження полягають: у вивченні класифікацій епістемічних слів різними лінгвістами (Байбер Д., Вежбицька А., Палмер Ф. та ін.); виокремленні епістемічних слів на позначення концепту DOUBT за семантичним критерієм з класифікацій епістемічних слів та за компонентою значення “to be uncertain”; вивченні словосполучень гармонійного/ дисгармонійного типу Modal V+Adv та словосполучень Adv+V/ V+Adv, Adv+Adj, Adj+N та визначенні тих, котрі передають сумнів; визначенні впливу слів-інтенсифікаторів на значення фраз для вербалізації концепту DOUBT.

Матеріалом дослідження є тлумачний онлайн словник Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, Grammar help, що використовувався для виокремлення сем значення епістемічних слів; словник колокацій Oxford Collocations Dictionary for Students of English для виявлення сполучуваності епістемічних слів з прислівниками та прикметниками-інтенсифікаторами значення; твори сучасної англійської художньої літератури від 90-х років ХХ століття до цього часу.

Методи дослідження включають компонентний аналіз епістемічних слів; групування одиниць вербалізації концепту DOUBT на основі спільності семантичних ознак; аналіз сполучуваності епістемічних слів з прикметниками та прислівниками-інтенсифікаторами в словнику колокацій; прагматичний аналіз епістемічних фраз у тексті з метою вивчення того, як інтенсифікатор змінює рівень впевненості/ невпевненості вираженої мовцем у цьому словосполученні.

Результати та обговорення. Слова, які виражають невпевненість, аналізуються згідно п'яти семантичних вимірів: рівня ймовірності, валентності очікуваних подій (позитивної чи негативної), походження невпевненості (внутрішнього чи зовнішнього), навмисної нечіткості (рівня відсутності зобов'язань щодо сказаного), спрямованості невпевненості (Teigen, 1988, с. 28-29). Припускаємо, що концепт DOUBT охоплює в якості вербалізаторів терміни невпевненості з низьким рівнем ймовірності, силою модальності та ступенем достовірності, слабкими (можливими) значеннями. Концепт DOUBT стосується внутрішньої невпевненості, а не зовнішньої ймовірності, а його вербалізатори належать до нижньої частини шкали ймовірності і за семантикою більш наближені до незнання, цілковитої невпевненості, ніж до впевненості. Концепт DOUBT має негативне значення. Розглянемо досліджувані одиниці детальніше.

1. Епістемічні слова для вербалізації концепту DOUBT. Першою групою слів для вираження епістемічної модальності є епістемічні модальні дієслова, які допомагають передати визначеність, сумніви та здогадки мовця, оцінку ймовірності ситуації, вірогідності пропозиції, демонструють ставлення мовця до отриманої чи висловленої інформації (Collins, 2009, с. 21). Головною рисою епістемічного *must* є передача “впевненості мовця в правді того, про що він

говорить на основі логічного процесу дедукції з припущення, яке межує з впевненістю” (Coates, 1983, с. 41). *Have to* та *have got to* мають епістемічне значення вкрай рідко та є розмовними варіантами *must* (Collins, 2009, с. 63). Епістемічне *will* передає впевненість мовця у правді пропозиції і в деяких випадках є замінним з *must* (Collins, 2009, с. 127). Хаддлстон Р. і Пуллум Г. (2002, с. 186) стверджують, що “найчастіше *should* виражає деонтичну чи епістемічну модальність середньої сили і зазвичай є взаємозамінним з *ought to*”, тому *should* та *ought to* відносяться до середини шкали ймовірності. *Should* відрізняється від “сильного” *must* і “слабкого” *may*, хоча *should* ближче до групи сильних модальних дієслів, ніж до слабких (Huddleston, Pullum, 2002, с. 177). Гіпотетичне *would* вживається в реченнях умови і передає ймовірність. Епістемічне *may* вказує на “відсутність впевненості мовця у висловленій пропозиції” (Coates, 1983, с. 131). “*May* і *might* виражають подібний рівень ймовірності” і можуть бути взаємозамінними (Coates, 1983, с. 152). Колінс П. (Collins, 2009, с. 113) гадає, що “*could* і *might* можуть вільно чергуватися без видимої різниці в їх значеннях або рівня вираженої ймовірності”. Хаддлстон Р. та Пуллум Дж. (Huddleston R., Pullum G., 2002, с. 768) категоризують модальні дієслова в термінах сили зобов’язання мовця. Вони розрізняють сильні (*must, need, will, shall*), середні (*should, ought to*) та слабкі модальні дієслова (*can, may*). До вербалізаторів концепту DOUBT відносимо модальні дієслова з низькою силою модальності *may, might, can, could*: “*Because I think you may be able to shed light on a ... pattern of behavior of Amy’s*” (Flynn 2012, с. 281); “*Now – I think he might be dead*” (Hawkins, 2015, с. 172); “*I guess I could have a sip,*” said Jane. (Moriarty, 2014, с. 38); “*Can this call be traced?*” “*Possibly, I guess*” (Grisham, 1992, с. 55). У згаданих прикладах виражається слабка ймовірність того, що щось відбудеться.

Категорія епістемічних прислівників включає слова, що задовольняють наступні критерії: вони можуть використовуватись на початку або всередині речення, у своїй семантичній структурі мають компоненти “Я думаю” і “Я не кажу, що знаю”, вони є орієнтованими на мовця, а не на предмет, і висловлюють недовіру з боку мовця (Wierzbicka, 2006, с. 291). Модальні прислівники вважаються “найточнішим вираженням епістемічної модальності, в тому розумінні, що вони є точними засобами для позначення ступеня ймовірності стану справ” (Nuyts, 2001, с. 55). Адвербіальна категорія включає прислівники, класифіковані на “впевнені”, “ймовірні” та “можливі” рівні значення (Halliday & Matthiessen, 2014, с. 179–80). Хойє Л. (1997, с. 184) класифікує модальні прислівники на диз’юнкти змісту, що виражають переконання (*admittedly, certainly, definitely, indeed, surely, undoubtedly, clearly, evidently, obviously, of course, plainly*) та диз’юнкти змісту, що виражають сумнів (*arguably, apparently, conceivably, doubtless, likely, maybe, perhaps, possible, presumably, probably*). Хаддлстон Р. та Пуллум Дж. (2002, с. 768) категоризують прислівники відповідно до сили модальності на сильні прислівники (*assuredly, certainly, clearly, definitely, incontestably, indubitably, ineluctably, inescapably, manifestly, necessarily, obviously, patently, plainly, surely, truly, unarguably, unavoidably, undeniably, undoubtedly, unquestionably*), квазі-сильні (*apparently, doubtless, evidently, presumably,*

seemingly), середні (*arguably, likely, probably*) та слабкі (*conceivably, maybe, perhaps, possibly*). До вербалізаторів концепту DOUBT відносимо епістемічні прислівники з низькою силою модальності *conceivably, maybe, perhaps, possibly*: *Maybe he wouldn't want to wait till the end of the school year, maybe it would have to be now* (Meyer, 2006, с. 32); *Perhaps she should have made him apologize that day, and apologized herself* (Moriarty, 2014, с. 108); *He said he possibly knew something about the assassinations of Justices Rosenberg and Jensen, and he wanted to tell me what he knew* (Grisham, 1992, с. 233); *It might conceivably be efficacious* (Grisham, 1992, с. 235). Наведені приклади ілюструють ситуації, де герої сумніваються в правильності своїх дій чи виражають слабку ймовірність щодо певних фактів.

Байбер Д. (2006, с. 92) зазначає, що епістемічні дієслова, які стоять перед підрядними реченнями на *that* та *to*, поділяють на такі, що позначають впевненість (*conclude, demonstrate, determine, discover, find, know, learn, mean, notice, observe, prove, realize, recognize, remember, see, show, understand*), і ті, що позначають ймовірність (*assume, believe, doubt, gather, guess, hypothesize, imagine, predict, presuppose, presume, reckon, seem, speculate, suppose, suspect, think*). Семантичний аналіз дієслів ймовірності допомагає виокремити наступні семи значення – “not completely certain” (*believe, bet*), “believe” (*expect, hope, predict, trust*), “to assume”, “to think” (*assume, feel, find, guess, imagine, presuppose, presume, reckon, suppose, suspect, think, wonder*), “to have evidence” (*gather, hypothesize, take, understand*), “to be uncertain” (*doubt*). Ключовим перформативним епістемічним дієсловом для вербалізації концепту DOUBT в групі дієслів ймовірності є дієслово з семою “to be uncertain” – *to doubt: I doubt my sister will ever marry: If she's sad or upset or angry, she needs to be alone – she fears a man dismissing her womanly tears* (Flynn, 2012, с. 62).

Епістемічні прикметники вказують на ступінь достовірності пропозиції в підрядному реченні з *that*, або вони можуть відображати оцінку позиції, яку займає третя особа. Епістемічні прикметники діляться на такі, що позначають впевненість (*apparent, certain, clear, confident, convinced, correct, evident, false, impossible, inevitable, obvious, positive, right, sure, true, well-known*), і ті, що позначають ймовірність (*doubtful, likely, possible, probable, unlikely*) (Biber, 2006, с. 93). Деякі епістемічні прикметники впевненості з заперечним суфіксом *un-* передають невпевненість – *uncertain, unclear, unconvinced, unsure*. *Likely* та *probable* несуть “позитивне значення” (Вежбицька А., Тайген К.) та належать до прикметників середньої сили модальності (Huddleston, Pullum, 2002, с. 207). *Possible* належить до слів, що передають слабку модальність (Huddleston, Pullum, 2002, с. 208). Епістемічні прикметники *doubtful, uncertain, unclear, unconvinced, unsure* мають в своєму значенні сему “to be uncertain, not sure”, а *unlikely* – “to be impossible”, тому відносимо їх до прикметників слабкої сили модальності: *It is doubtful that she has transformed the role of a woman in her family* (Grisham, 1992, с. 40); *He was not certain (uncertain) [that] she knew her destination* (Grisham, 1992, с. 215); *I thought of jumping out in front of it, but I hesitated, inhibited, unsure that I was really being pursued, and then it was too late* (Meyer, 2006, с. 80); *It's unclear if he means me or Maureen, but then he looks at*

me and tightens his lips (Moriarty, 2014, с. 213). У наведених прикладах герої описують стани невпевненості, вагання та неясності.

Епістемічні іменники впевненості (*assertion, conclusion, conviction, discovery, doubt, fact, knowledge, observation, principle, realization, result, statement*) перед підрядними реченнями на *that* вказують на впевненість щодо пропозиції. Епістемічні іменники ймовірності (*assumption, belief, claim, contention, feeling, hypothesis, idea, implication, impression, notion, opinion, possibility, presumption, suggestion*) перед підрядними реченнями на *that* вказують на ймовірні події чи явища (Biber, 2006, с. 94). До іменників слабкої сили модальності відносимо *possibility* та *doubt*: *There was **doubt** in his mind it was the work of Mattiece and his associates* (Grisham, 1992, с. 242); *Also, just to give you the whole picture, there is the **possibility** that Ziggy is actually my dead grandfather, reincarnated* (Moriarty, 2014, с. 191). У наведених прикладах виражається низька ймовірність та сумнів.

Отже, до епістемічних слів, які вербалізують концепт DOUBT, відносимо слабкі модальні дієслова *can, could, may, might*, прислівники *conceivably, maybe, perhaps, possibly*, прикметники *doubtful, uncertain, unclear, unconvinced, unsure, unlikely*, іменники *possibility, doubt*.

2. Епістемічні словосполучення *Mod V+Adv* для вербалізації концепту DOUBT. Останнім часом ведеться активне дослідження словосполучень гармонійного/ дисгармонійного типу, що мають у своєму складі епістемічний прислівник та модальне дієслово (Айджмер К., Коатс Дж., Флах С., Халлідей М.). Модальні комбінації *Mod V+Adv* (модальне дієслово та прислівник) застосовуються для демонстрації вищого ступеня впевненості чи невпевненості, зобов'язань, суб'єктивності чи причетності мовця до висловлення. Визначальною рисою модальної гармонії є узгодження модальності модального допоміжного дієслова та прислівника (напр. *could possibly*). При цьому модальне слово та прислівник підсилюють одне одного, так що значення такого словосполучення є сумою його частин (Flach, 2020, с. 5). Модальні комбінації вважаються гармонійними (напр. *may perhaps*), якщо значення модального дієслова і модальної форми співпадають: значення модального дієслова узгоджується та переплітається із семантикою інших модальних елементів. Гармонійні ефекти також називають "синергізмом" чи "узгодженням" (Flach, 2020, с. 4). У модальних комбінаціях дисгармонійного типу модальна форма або підсилює значення модального дієслова (напр. *may certainly*), або пом'якшує чи модифікує його (напр. *will perhaps, I don't think there is any chance he will...*) (Aijmer, 2002, с. 68).

У словосполученні *Mod V + Adv* головним словом є модальне дієслово, а прислівник виступає його інтенсифікатором, що може або збільшувати впевненість такої фрази, або ж зменшувати її. Модальні прислівники вживаються для зміни, доповнення та перетворення значення допоміжних дієслів. Хойс Л. (1997, с. 240) пропонує однакову класифікацію для модальних дієслів та прислівників, що сполучаються з ними. Він поділяє модальні дієслова на: (1) дієслова, що виражають можливість: *might, may, could, can* (в риторичних запитаннях); (2) дієслова, що виражають ймовірність: *should, ought to, would, will*; (3) дієслова, що виражають впевненість: *must, can't*. Таким же чином він поділяє

модальні прислівники на (1) прислівники, що виражають можливість: *possibly, conceivably, perhaps, maybe*; (2) прислівники, що виражають ймовірність: *probably, quite likely, most likely, well* (з *might, may* та *could*); (3) прислівники, що виражають впевненість: *certainly, definitely, indeed, presumably, surely, for certain, of course, undoubtedly, necessarily*. Слова, що виражають можливість, корелюють із словами з слабкою силою модальності.

Інтенсифікатори в словосполученнях *could conceivably, could possibly, could maybe, could perhaps, might conceivably, might possibly, might perhaps, may conceivably, may possibly, may perhaps* доповнюють значення модального слова: напр. *You could never possibly care that much* (Moriarty, 2014, с. 384). У наведеному прикладі *possibly* та *could* виражають низький ступінь ймовірності.

Інтенсифікатори в словосполученнях *would possibly, will conceivably* модифікують значення модального дієслова і роблять його слабшим. Сполучаючись з модальними дієсловами, вони змінюють спрямованість впевненості головного слова на негативну: *Still, seeing him only adds to my sense of unease over why the Careers would possibly leave him as a guard, why they have allowed him to live at all* (Collins, 2008, с. 71).

Отже, DOUBT вербалізують ті модальні фрази гармонійного/дисгармонійного типу, які містять інтенсифікатор-епістемічний прислівник зі слабкою силою модальності.

3. Епістемічні словосполучення *Adv+V/ V+Adv, Adv+Adj та Adj+N* для вербалізації концепту DOUBT. У словосполученнях *Adv+V/ V+Adv, Adv+Adj та Adj+N* модифікатори значення основних слів є інтенсифікаторами. Згідно класифікації слів-інтенсифікаторів, запропонованої Квірком Р. (Quirk 1985), інтенсифікатори або підсилюють значення у порівнянні з нормою (“amplifiers” – ампліфаєри), або послаблюють його (“downtoners” – даунтоунери). Ці групи слів, у свою чергу, діляться на максимаєзери (“maximizers”) – *completely, totally* та бустери (“boosters”), які у своєму значенні мають сему “very” – *very much, absurdly* та інші; апроксиматори (“approximators”) – *almost, nearly*, компромаєзери (“compromizers”) – *more or less, pretty*, дімінішери (“diminishers”) – *partly, a bit* та мінімаєзери (“minimizers”) – *hardly, barely*. На рівні з інтенсифікаторами функціонують емпфасайзери (“emphasizers”), що підкреслюють правдивість певного твердження (*actually, certainly* та інші).

Словосполучення *Adv+V* є дієслівною фразою, де *V* – епістемічне дієслово, яке є головним словом, а *Adv* – це залежний прислівник-інтенсифікатор. Фраза такого типу може вживатися для передачі інтенсивності впевненості/невпевненості.

У словнику Oxford Collocations Dictionary (OCD, 2008) було вивчено сполучуваність 26 епістемічних дієслів з прислівниками-інтенсифікаторами. Останні у словосполученнях даного типу є не епістемічними прислівниками, а прислівниками міри і ступеня. Епістемічне дієслово *to doubt*, що є вербалізатором концепту DOUBT, сполучається з емпфасайзером *seriously* та бустером *very much* – *to doubt seriously, to doubt very much*. Обидва інтенсифікатора посилюють значення основного слова. Модифікаторами значення головних слів фрази, які роблять її неупевненою, є мінімаєзери *hardly*

(напр. *hardly know*), *scarcely* (напр. *scarcely imagine*), дімінішер *half* (напр. *half believe, half expect*), емфесайзер *not really* (напр. *not really think*). Так, в прикладі *I'd half expected him to call on Monday* (Meyer, 2007, с. 126) головний герой не впевнений коли чекати гостя, тому говорить про часткове очікування.

Словосполучення Adv+Adj, де Adv – прислівник-інтенсифікатор, а Adj – епістемічний прикметник, зустрічаються частіше, ніж словосполучення типу Adv+V/ V+Adv. У словнику Oxford Collocations Dictionary (OCD, 2008) було проаналізовано 21 епістемічний прикметник та їхні словосполучення з прислівниками-інтенсифікаторами. Епістемічні прикметники-вербалізатори концепту DOUBT вживаються в словосполученнях з бустерами *extremely, deeply* (напр. *extremely doubtful, deeply uncertain*), *very* (напр. *very doubtful, very uncertain*), апроксиматорами *rather, quite* (напр. *rather uncertain, quite uncertain*), мінімайзером *slightly* (напр. *slightly uncertain*), емфесайзером *terribly* (напр. *terribly unsure*), дімінішери *a bit, a little* (напр. *a bit doubtful*). Прикметники впевненості можуть змінювати своє значення на протилежне за рахунок апроксиматора *not quite* (напр. *not quite confident*), максимайзера *not entirely* (напр. *not entirely confident*), мінімайзера *mildly* (напр. *mildly positive*) та інших. Так, в прикладі “*They've studied the footage at length, and are not quite certain he exited a plane that arrived nonstop from Dulles last Wednesday, about ten hours after Jensen was found*” (Grisham, 1992, с. 28), словосполучення *not quite certain* вказує на невисокий ступінь впевненості.

У словосполученні Adj+N іменник є головним словом, а прикметник – його модифікатором. Розглядаємо іменникову фразу Adj+N, де Adj є прикметником-інтенсифікатором, а N – епістемічним іменником. Було розглянуто 17 епістемічних прикметників та їх словосполучення з прикметниками-інтенсифікаторами. У такій іменниковій фразі іменник N має широку сполучуваність з прикметниками. Однак, не всі прикметники, що зустрічаються в таких словосполученнях, є інтенсифікаторами, деякі просто описують певні аспекти іменника (напр. *encyclopedic knowledge, a sad fact*): “*But it's a sad fact that we don't have the funds to spare on your program, Mr. Randolph, no matter how admirable it may be*” (Bova, 2001, с. 94).

До ампліфаєрів, що вживаються з епістемічними іменниками, відносяться такі прикметники, як *strong, great, firm, good, severe, grave, serious, absolute, complete, total, utter, full, deep, intense, fervent, categorical, thorough, profound* та інші. До емфесайзерів, які вживаються з епістемічними іменниками, відносяться *bold, confident, fundamental, considerable, reasonable, observable, obvious, true, genuine, sound, rational, sensible, positive, convincing, accurate, constructive, honest, incontrovertible, inescapable, undeniable* та інші. До даунтоунерів, що вживаються з епістемічними іменниками, відносяться *mere, bare, limited, erroneous, false, mistaken, wrong, questionable, little, minimal, slender, slim, million-to-one, one-in-three, slight, vague, unlikely, faint, low, remote, poor* та інші. Так, *serious doubt* позначає значний ступінь невпевненості, *slight doubt* – незначний. У прикладі *Personally I do lean towards the idea Tony gets shot but there are enough incongruities in there to leave me in slight doubt* (Grisham, 1992, с. 25), *slight doubt* позначає низький ступінь невпевненості.

Більшість прикметників-інтенсифікаторів, що вживаються з епістемічними іменниками, мають відповідники серед прислівників-інтенсифікаторів, що вживаються з дієсловами чи прикметниками (напр. *high* – *highly*, *serious* – *seriously*), та все ж існують деякі прикметники без відповідників.

Отже, значення фраз Adv+V/ V+Adv, Adv+Adj та Adj+N може доповнюватись чи змінюватись за рахунок прикметників чи прислівників-інтенсифікаторів. Ампліфаєри та емпесайзери доповнюють значення прилеглого головного слова, підвищуючи інтенсивність міри вираження значення та наголошуючи його. Даунтоунери змінюють значення фрази, зменшуючи рівень впевненості/ невпевненості, які ця фраза передає. Так, мінімайзер *slightly* змінює значення прилеглого епістемічного дієслова *to doubt*, роблячи значення фрази *to doubt slightly* позитивно направленим і таким, що передає впевненість. Мінімайзер *hardly* змінює значення прилеглого епістемічного дієслова *to believe*, роблячи значення фрази *hardly believe* негативно направленим в сторону невпевненості та сумніву. Те ж спостерігаємо у фразах з дімінішерами – *a bit doubtful*, *half convinced*. Апроксиматори та компромайзери модифікують значення прилеглих епістемічних слів незначним чином. У фразах *almost certain* та *pretty certain* модифікатори значення *almost* та *pretty* наближують значення таких фраз до впевненого, тому фраза має позитивну спрямованість, як і головне слово. Апроксиматори та компромайзери з заперечною часткою *not* змінюють значення фрази на протилежне (напр. *not quite sure*).

Висновки. У дослідженні вивчалась вербалізація концепту DOUBT засобами епістемічної модальності. За результатами аналізу епістемічних слів та словосполучень, до епістемічних слів, які вербалізують концепт DOUBT, відносимо слабкі модальні дієслова *can*, *could*, *may*, *might*, прислівники *conceivably*, *maybe*, *perhaps*, *possibly*, прикметники *doubtful*, *uncertain*, *unclear*, *unconvinced*, *unsure*, *unlikely*, іменники *possibility*, *doubt*. Ці слова мають слабку силу модальності та семи “to be uncertain”, “to be unlikely” в своїх значеннях.

Фразами Mod V+Adv, що є вербалізаторами концепту DOUBT, є такі, в яких обидва компонента мають слабке значення (напр. *might possibly*), та такі, де інтенсифікатор має слабку силу модальності (напр. *will possibly*). Звідси, інтенсифікатори мають значний вплив на фрази Mod V+Adv, так як інтенсифікатор-епістемічний прислівник може змінити значення фрази з впевненого на невпевнене та навпаки.

Фразами-вербалізаторами концепту DOUBT є такі, в яких головне слово вербалізує концепт DOUBT, а інтенсифікаторами виступають ампліфаєри, емпесайзери, апроксиматори та компромайзери (напр. *serious doubt*). Також до таких фраз відносяться фрази, в яких головне слово не вербалізує концепт DOUBT, а інтенсифікаторами виступають мінімайзери та дімінішери (напр. *hardly believe*). Апроксиматори та компромайзери у заперечній формі у поєднанні з головним словом, що не вербалізує концепт DOUBT, теж відносяться до фраз-вербалізаторів концепту DOUBT (напр. *not quite sure*).

Перспектива дослідження полягає у вивченні образного та ціннісного рівнів концепту DOUBT.

Список літератури

- Aijmer K. Modality in Advanced Swedish Learners' Written Interlanguage. *Computer Learner Corpora, Second Language Acquisition and Foreign Language Teaching*. Philadelphia : John Benjamins, 2002. P. 55–76. DOI:<https://doi.org/10.1075/llt.6.07ajj>.
- Biber D. *University Language: A corpus-based study of spoken and written registers*. John Benjamins Publishing, 2006. 261 p.
- Bova B. The Precipice. *Analog Science Fiction & Fact*. Vol. 121, Iss. 6. 2001. 39 p.
- Coates J. *The Semantics of the Modal Auxiliaries*. London : Croom Helm, 1983. 272 p.
- Collins P. *Modals and Quasi-modals in English*. NY : Rodopy, 2009. 204 p.
- Collins S. *The Hunger Games*. New York: Scholastic Press, 2008. 123 p.
- Flach S. Beyond modal idioms and modal harmony: a corpus-based analysis of gradient idiomacity in mod+adv collocations. *English Language and Linguistics*. Cambridge University Press, 2020. P. 1–23.
- Flynn G. *Gone Girl*. London : Weidenfeld & Nicolson, 2012. 416 p.
- Grisham J. *Pelican Brief*. New York: Dell, 1992. 276 p.
- Halliday M., Matthiessen C. *An introduction to Functional Grammar*. 4th edition. London : Routledge, 2014. 700 p.
- Hawkins P. *The Girl on the Train*. London : Transworld Publishers, 2015. 416 p.
- Hoye L. *Adverbs and modality in English*. London : Longman, 1997. 322 p.
- Huddleston R., Pullum G. *The Cambridge Grammar of the English Language*. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 1842 p.
- Meyer S. *New Moon*. New York Boston : Little, Brown and Company, 2006. 420 p.
- Moore C., Harris L. and Patriquin M. Lexical and prosodic cues in the comprehension of relative certainty. *Journal of Child Language*, 20(1). 1993. P. 153–167. DOI:<https://doi.org/10.1017/S030500090000917X>.
- Moriarty L. *Big Little Lies*. New York : G. P. Putnam's Sons, 2014. 512 p.
- Nuyts J. Epistemic modality, language, and conceptualization: A cognitive pragmatic perspective. Amsterdam - Philadelphia: Benjamins. 2001. 428 p.
- Oxford Collocations Dictionary for students of English*. Oxford University Press. 2008. 897 p.
- Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, Grammar help*. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/>
- Quirk R. A. *Comprehensive Grammar of the English Language*. London : Longman, 1985. 1779 p.
- Renooij S., Witteman C. Talking probabilities: communicating probabilistic information with words and numbers. *International Journal of Approximate Reasoning* 22. 1999. P. 169–194 DOI:[https://doi.org/10.1016/S0888-613X\(99\)00027-4](https://doi.org/10.1016/S0888-613X(99)00027-4)
- Teigen K. The Language of Uncertainty. *Acta Psychologica*. Vol. 68. Issues 1–3. 1988. P. 27–38. DOI: [https://doi.org/10.1016/0001-6918\(88\)90043-1](https://doi.org/10.1016/0001-6918(88)90043-1)
- Westney P. How to be more or less certain in English: scalarity in epistemic modality. *International Review of Applied Linguistics*, 24 (4). 1986. P. 311–32. DOI:<https://doi.org/10.1515/iral.1986.24.1-4.311>
- Wierzbicka A. *English: Meaning and Culture*. Oxford University Press, 2006. 366 p.
- Zadeh L. Fuzzy-set – theoretic interpretation of linguistic hedges. *Journal of Cybernetics*. V. 2, #3. 1972. P. 4–34.
- Борисенко Н. Д. Засоби вираження епістемічної модальності у мовленні героїв сучасної британської драми: гендерний аспект. *Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. Івана Франка*. № 17. 2004. С. 100–110.
- Гнатюк А. В. Вербальні та невербальні засоби на позначення сумніву в сучасному англомовному художньому дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Луцьк, 2014. 238 с.
- Остапчук Я. В. Функціонування концепту “Розуміння” в українській мовній картині світу. *Молодий вчений*. №8 (60). 2018. С. 84–88.
- Юровицкая Л. Н. Английский лингвокультурный концепт “Сомнение” и способы его

язикової манифестації : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Самара, 2005. 171 с.

Ярхо А. В. Коммуникативна стратегія неуверенності в сучасному англоязычному діалогічному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2004.

References

Aijmer, K. (2002). Modality in Advanced Swedish Learners' Written Interlanguage. Computer Learner Corpora. *Second Language Acquisition and Foreign Language Teaching*. Philadelphia : John Benjamins, 55–76. DOI:<https://doi.org/10.1075/llt.6.07aij>.

Biber, D. (2006). *University Language: A corpus-based study of spoken and written registers*. John Benjamins Publishing.

Bova, B. (2001). The Precipice. *Analog Science Fiction & Fact*. Vol. 121, Iss. 6.

Coates, J. (1983). *The Semantics of the Modal Auxiliaries*. London: Croom Helm.

Collins, P. (2009). *Modals and Quasi-modals in English*. NY: Rodopy.

Collins, S. (2008). *The Hunger Games*. New York: Scholastic Press.

Flach, S. (2020). Beyond modal idioms and modal harmony: a corpus-based analysis of gradient idiomacity in mod+adv collocations. *English Language and Linguistics*. Cambridge Univ. Press, P. 1–23.

Flynn, G. (2012). *Gone Girl*. London: Weidenfeld & Nicolson.

Grisham, J. (1992). *Pelican Brief*. New York: Dell.

Halliday, M., Matthiessen, C. (2014). *An introduction to Functional Grammar*. 4th edition. London: Routledge.

Hawkins, P. (2015). *The Girl on the Train*. London: Transworld Publishers.

Hoye, L. (1997). *Adverbs and modality in English*. London: Longman.

Huddleston, R., Pullum, G. (2002). *The Cambridge Grammar of the English Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Meyer, S. (2006). *New Moon*. New York Boston: Little, Brown and Company.

Moore, C., Harris, L. and Patriquin, M. (1993). Lexical and prosodic cues in the comprehension of relative certainty. *Journal of Child Language*, 20(1), 153–167. DOI:<https://doi.org/10.1017/S030500090000917X>.

Moriarty, L. (2014). *Big Little Lies*. New York: G. P. Putnam's Sons.

Nuyts, J. (2001). *Epistemic modality, language, and conceptualization: A cognitive pragmatic perspective*. Amsterdam - Philadelphia: Benjamins.

Oxford Collocations Dictionary for students of English (2008). Oxford University Press.

Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, Grammar help. URL: <https://en.oxforddictionaries.com>.

Quirk, R. A. (1985). *Comprehensive Grammar of the English Language*. London: Longman.

Renooij, S., Witteman, C. (1999). Talking probabilities: communicating probabilistic information with words and numbers. *International Journal of Approximate Reasoning* 22, 169–194 DOI:[https://doi.org/10.1016/S0888-613X\(99\)00027-4](https://doi.org/10.1016/S0888-613X(99)00027-4).

Teigen, K. (1988). The Language of Uncertainty. *Acta Psychologica*. Vol. 68. Issues 1–3, 27–38. DOI:[https://doi.org/10.1016/0001-6918\(88\)90043-1](https://doi.org/10.1016/0001-6918(88)90043-1).

Westney, P. (1986). How to be more or less certain in English: scalarity in epistemic modality. *International Review of Applied Linguistics*, 24 (4), 311–32. DOI:<https://doi.org/10.1515/iral.1986.24.1-4.311>.

Wierzbicka, A. (2006). *English: Meaning and Culture*. Oxford University Press.

Zadeh, L. (1972). Fuzzy-set – theoretic interpretation of linguistic hedges. *Journal of Cybernetics*. V. 2, #3, 4–34.

Borysenko, N. D. (2004). Засоби вираження епістемічної модальності у мовленні героїв сучасної британської драми : гідерний аспект. *Bulletin of Zhytomyr Ivan Franko state un-ty*. № 17, 100–110.

Hnatiuk, A. V. (2014). *Verbalni ta neverbalni zasoby na poznachennia sumnivu v suchasnomu anhlo-movnomu khudozhniomu dyskursi*. Dis. ... cand. philol. nauk: 10.02.04. Lutsk.

Ostapchuk, J. V. (2018). Функціонування концепту “Розуміння” в українській мовній

kartyni svitu. *Molodyi vchenyi*. №8 (60), 84–88.

Yurovitskaya, L. N. (2005). *Angliyskyi lingvokulturnyi kontsept "Somnenie" i sposoby ego yazykovoi manifestatsiyi*. Dis. ... cand. philol. nauk: 10.02.04. Samara.

Yarkho, A. V. (2004). *Kommunikativnaya strategiya neuverennostu v sovremennom angloyazychnom dialogicheskom diskurse*. Dis. ... cand. philol. nauk: 10.02.04. Kharkiv.

УДК 811.112

**PECULIARITIES OF THE TRANSLATION
INTO GERMAN LINA KOSTENKO'S POETRY
ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО ПЕРЕКЛАДУ
ПОЕЗІЇ ЛІНИ КОСТЕНКО (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ
ЗБІРКИ «І ЗНОВУ ПРОЛОГ» АЛОЇЗА ВОЛЬДАНА)**

Ірина ОСОВСЬКА, Людмила КОНОПЕЛЬНЮК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

i.osovska@chnu.edu.ua, ljudmyla19981225@gmail.com

ORCID ID0000-0002-8109-658X, ORCID ID0000-0002-0886-997X

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.252-259>

The article is devoted to the classification and analysis of the German-language translations of Lina Kostenko's poems based on the material of the lyrical collection "And again the prologue" translated by Alois Woldan. The article introduces the theoretical foundations of poetry translation as a separate type of literary translation, examines its genre-specific features, and analyses the features of the modern Ukrainian poetry and the author's style of Lina Kostenko, which jointly form the basis for further comparison of the original example and the translation. The paper shows the main difficulties that Alois Voldan faced interpreting the poems, describes the ways of overcoming them and offers a qualitative assessment of the translation.

The lexical and stylistic analysis showed the wide usage of the poetic instruments in his works of pictorial and expressive language as well as aphorisms. However, to preserve the idea and reproduce the ideological motives, Alois Voldan avoided literal translation and resorted to the descriptive translation of these linguistic means. When translating lexical tautologies, which are widely inherent in Lina Kostenko's poetics, the translator replaced lexical units, graphic signs, sentence structure and transferred repetitions from one line to another to preserve emotionality and expressiveness in lyric poems. When we look closely at the grammatical level of translation, there are replacements of grammatical constructions and parts of speech. We also recognize the addition of new parts of speech that are missing in the original poem. The reason for such transformations was the differences in the grammatical structures of the German and Ukrainian languages, and the translation strategies used to preserve the rhythmic and melodic pattern of the poems. A special place is given to the characteristics because of the national specificity of poetry and the translation of its semantic equivalent. That is, the reason why the translation is used primarily for intercultural communication, and the translator, in this case, is an intercultural mediator. But Alois Voldan managed to convey the thematic orientation of the poems and the Ukrainian colour.

Key words: poetic translation, modern Ukrainian poetry, equivalent, lexical and stylistic features, translation transformations.

Стаття присвячена аналізу німецькомовних перекладів поезій Ліни Костенко на матеріалі ліричної збірки «І знову пролог» у перекладі австрійського славіста та українста Алоїза Вольдана «Und wieder ein Prolog». Розглядаються теоретичні засади віршованого перекладу як окремого виду художнього перекладу та його жанрові специфічні риси, аналізуються особливості сучасної

української поезії та авторського стилю Ліни Костенко, що є основою для порівняння першотвору та його перекладу. Висвітлено основні труднощі, що виникли у перекладача при перекладі віршів, зображено шляхи їх подолання та здійснена якісна оцінка перекладу.

Лексико-стилістичний аналіз показав широке використання поетесою у своїх творах зображально-виражальних мовних засобів та власної афористики, а тому помітним у перекладах Алоїза Вольдана є уникання дослівного і переважання описового перекладу цих мовних засобів задля збереження задуму та відтворення ідейних мотивів. При перекладі лексичних повторів, які широко притаманні поетиці Ліни Костенко, перекладач звертався до заміни лексичних одиниць, графічних знаків, структури речень та перенесення повторів з одного рядка в інший, щоб зберегти емоційність та експресивність у ліричних віршах. На граматичному рівні перекладу прослідковується заміна граматичних конструкцій і частин мови, додавання нових частин мови, відсутніх в оригіналі. Причиною таких перетворень слугували розбіжності у граматично-структурній будові німецької й української мов, тому використані перекладацькі стратегії допомогли зберегти ритмомелодійний малюнок віршів. Окрему увагу приділено характеристиці національної специфіки поезій та перекладу її смислового еквіваленту, оскільки переклад, перш за все, є міжкультурною комунікацією, а перекладач в такому контексті постає міжкультурним посередником. Не зважаючи на представлені труднощі, Алоїзу Вольдану цілком вдалося передати тематичну спрямованість віршів та український колорит.

Ключові слова: поетичний переклад, сучасна українська поезія, еквівалент, лексико-стилістичні особливості, перекладацькі трансформації.

Вступ. Поетичний переклад вважається одним з найважчих видів художнього перекладу, що зумовлено специфікою його жанру. До таких особливостей належить складність передачі змісту та ідеї, яку заклав автор в оригінал твору, разом з урахуванням особливостей версифікації, відтворення ритміки та мелодійності поезій. Перед перекладачем-інтерпретатором постає ряд складних завдань, вирішення яких потребує неабиякої майстерності. В даному випадку, переклад є, насамперед, творчим процесом. Як зазначає Ктитарова Н. К. (2013, с. 263), при поетичному перекладі постає неминучою видозміна оригіналу, тому аналіз та оцінка здійснених перетворень першотвору привертають особливу увагу у лінгвістів. Неабияке значення має також збереження функціональних відносин між елементами поезій. Тому при відтворенні оригіналу іноземною мовою перекладач повинен зберігати структурну цілісність, яка являє собою взаємозв'язок між фонетичними, семантичними та синтаксичними єдностями (Zima Peter, 1991, с. 212).

Актуальністю теми дослідження підтверджується тим, що українсько-німецькі переклади віршованих творів, загалом доносячи читачам інформацію про культуру та традиції українського народу, характеризуючи національну специфіку країни та підвищуючи статус української поезії до міжнародного рівня, і в такий спосіб, забезпечуючи „спілкування української культури з іноземними літературами“ (Стріха, 2006, с. 197), попри множину релевантних розвідок, все ще залишаються поза межами ґрунтовної тенденції та потребують постійних дослідницьких імпульсів.

Вагомий внесок в розвиток художнього перекладу, розпрацювання його теоретичного підґрунтя зробило багато науковців, зокрема М. Бахтін, В. Карабан, Я. Кіта-Губер, К. Норд, О. Потєбня, М. Стріха та ін. Відомі українські дослідники (М. Венгерівська, В. Коптілов, М. Новикова, О. Чередниченко) демонструють у своїх розвідках мовні перешкоди, що

виникають під час перекладу, та шляхи їх подолання. Вони підкреслюють важливість здійснення доперекладацького аналізу поетичних творів задля їх вдалого перекладу та називають основною ціллю перекладацької діяльності подолання розбіжності між культурами (Коптілов, 2002, с. 84). За словами Ф. Шлейермахера (2000, с. 139), метою перекладу є максимально «наблизити читача до автора», що полягає в відтворенні авторського стилю. Саме це напряму стосується поетичного перекладу, де буквальність відсувається на задній план. Т. Казакова (2003, с. 43) наголошує на тому, що поетичний переклад є найскладнішим видом перекладу, та вказує в своїх дослідженнях на важливу роль творчого підходу при перекладі віршів.

Під процесом перекладу віршів розуміється здебільшого його нове написання цільовою мовою, яке базується на особливостях інтерпретації перекладача, його сприйнятті та креативності, тому цей процес, за словами дослідниці А. Женатчке (2017, с. 8), є досить суб'єктивним.

Оскільки переклади сучасної української поезії загалом та творчості Ліни Костенко зокрема (а тим паче німецькомовні) не достатньо ґрунтовно проаналізовані, матеріалом для нашого дослідження стала нова двомовна лірична збірка вибраних поезій Ліни Костенко «*I знову пролог*» у перекладі австрійського славіста та україніста Алоїза Вольдана «*Und wieder ein Prolog*».

Мета дослідження полягає у визначенні перекладацьких особливостей поезії Ліни Костенко, встановлення спільних та відмінних рис німецькомовних варіантів віршів у порівнянні з українськими оригіналами.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети важливе місце надається культурологічному та соціокультурному підходу, оскільки переклад – це, перш за все, міжкультурна комунікація, а зв'язок між мовою та культурою є одним нерозривним цілим. При цьому потрібно враховувати історичне минуле, національні риси, традиції суспільства, яке описується в творах, задля адекватної оцінки їх трактування та перекладу.

Основним методом дослідження став порівняльно-перекладацький аналіз, що допоміг визначити головні спільні та відмінні ознаки між оригіналом та його перекладом, простежити шляхи подолання труднощів, що виникли в Алоїза Вольдана при перекладі. Важливим став і лінгвостилістичний аналіз, який дав можливість сконцентруватись на виявленні стилевих особливостей авторки і перекладача та їх порівнянні. Для встановлення правильності вибору еквіваленту, відповідності ідейного спрямування перекладу і першотвору використовувався контекстуальний аналіз, що набув особливого значення в дослідженні, оскільки в своїх поезіях Ліни Костенко тяжіє до використання філософських мотивів, прихованого змісту висловлювань, психологічного аналізу та власної афористики, яка є часто незрозумілою німецькомовному читачеві.

Результати та обговорення. Перекладацький аналіз збірки поезій, що концентрувався на таких аспектах, як використання зображально-виражальних засобів, специфіка лексико-стилістичних виражальних одиниць, еквіваленти національної специфіки та особливості граматичних трансформацій, дозволив виявити такі тенденції.

У своїх поезіях Ліна Костенко часто використовує різні зображально-виражальні мовні засоби, переклад яких з великою ймовірністю мав викликати істотні труднощі. Описуючи навколишній світ, авторка використовує персоніфікацію: «... *Лежить твоя зглузована Україна, Схрестивши руки всіх своїх шляхів...*». У перекладі Алоїз Вольдан зберігає зображально-виражальні засоби: «... *Da liegt im Schmutz sie, deine Ukraine lässt ihre Arme hängen, wie auf allen Wegen*». Хоча, в даному випадку, образна структура збережена, можна помітити порушення певних асоціативних зв'язків та втрату символічного значення семантики мікрообразу. Специфіку авторського стилю Ліни Костенко, а саме експресивність висловлювань, перекладач намагається зберегти під час передачі метафор і епітетів: «*О, покладіть гілки мені на плечі, з мого життя пострушуйте снігу!*» / «*So legt mir Äste auf die Schultern bei jedem Schritt, Und schüttelt ab den Schnee von meinem Leben*». Поезія авторка багата на гіперболи та літоти, в яких закладений сильний емоційний вплив на читача: «*Моє чоло навіки стерпне*» / «*Mein Herz wird ewig Qualen leiden*»; «*Вже немає ні хвили, ні хмар*» / «*keine Welle, keine Wolke kommt da auf*». Ще однією стилістичною фігурою, до якої часто звертається у своїх творах Ліна Костенко, є антитеза, яка надає висловлюванням великого контрасту: «*Ти на Голгофі вже Месія, а на руках іще дитя*» / «*Messias bist du zwar auf Golgotha, ein Kind jedoch auf deiner Mutter Händen*». Таку ж саму функцію виконують у віршах оксиморони, які підкреслюють суперечливість зображених персонажів, об'єктів, дій чи явищ та є характерними для індивідуального стилю поетеси: «*нечутні голоси*» / «*Stimmen, die nicht zu vernehmen sind*»; «*Коли вуста некучі, аж холодні*» / «*Wenn Lippen, glühend heiß, dann kalt wie Eis*». При перекладі зберігається емоційне забарвлення та настрої поезії, проте для цього часто використовується заміна слів, які мають таке ж конотативне значення. Така ж сама аналогія прослідковується і при перекладі метафоричних порівнянь, тавтологій та метонімій. Детально проаналізувавши переклади всіх зображально-виражальних засобів, можна стверджувати, що для збереження виразності та психологічної напруги, Алоїз Вольдан часто вдається до описового перекладу, замінює або додає певні слова чи словосполучення при перекладі таких засобів.

Поетиці Ліни Костенко, представленій у двомовній збірці «І знову пролог», притаманні прості та складні лексичні повтори для посилення авторського впливу на читача: «*Неказане лишилось неказанним*» / «*Blieb stets das Ungesagte – ungesagt / Aber das Ungesagte – es blieb ungesagt*»; «*Снігу метуть*» / «*Schnee treiben; Flocken treiben*». При перекладі повторів Алоїз Вольдан часто замінює не лише лексичні одиниці, а й графічні знаки, або ж переносить повтори з одного рядка в інший. Перетворень при перекладі зазнають різноманітні лексико-виражальні одиниці. Наприклад, метафоричні епітети, більшість з яких при перекладі не відтворені, як в оригіналі, прикметниками. У німецькомовному варіанті вони часто виконують роль іменників: «*осінніми руками*» / «*mit Herbsteshänden*»; «*печальними очима*» / «*mit Wehmut im Blick*». Або ж такі метафоричні епітети часто перекладені німецькою за допомогою описового методу: «*Нерозшифрованої муки*» / «*Die Qual die nicht zu entziffern ist*».

Епітетні метафоричні перетворення збагачуються за рахунок стилістем. До прикладу, лексичні значення слова «душа» реалізовані різноманітною образністю в багатьох віршах авторки та можуть мати як позитивний, так і негативний відтінок: «*Душа прозріє всесвітом очей*» / «*Der Seele Blick durchschaut den Weltenlauf*»; «*Моя душа не ходить на базар*» / «*Die Seele biete ich am Markt nicht an für Geld*»; «*Сночине стомлена душа*» / «*Befreit die Seele sich von ihrer Plage*» та ін.

У віршах Ліни Костенко присутня велика кількість фразеологізмів та власних афористичних висловлювань, вдалий переклад яких є надзвичайно важливим для німецькомовних варіантів віршів, оскільки в таких фразових єдностях проглядається український менталітет та багатовікова народна мудрість. Алоїз Вольдан з обережністю та відповідальністю ставиться до їх перекладу, використовує індивідуальний підхід до кожного поетичного фрагменту та намагається не випускати жодної деталі, щоб повністю донести смислове наповнення віршів до читача та передати культурні особливості української нації: «*я провалюся крізь землю*» / «*verkrieche mich unter die Erde*»; «*Моя муко, ти ходиш по грані!*» / «*Treibt an den Rand mich meiner Qual!*»; «*Я скрізь своя, і я ніде не дома*» / «*Ich bin ganz ich, bin nirgendwo daheim*» та ін.

Лексичними особливостями творів Ліни Костенко є часте використання власних назв, що демонструють інтертекстуальність поезій: Тит (*Titus*), Андромеда (у перекладі Вольдана – *kosmische Abgründe*), Голгофа (*Golgotha*), Гетсиманський сад (*Garten von Gethsemane*), Едем (не перекладено на німецьку, упущено та замінено описом), Сіракузи (*Syrakus*), Рим (*Rom*), Чорнобиль (але на «російський мотив» *Tschernobyl*), Арістотель (перекладено як *Philosoph*), Прип'ять (*Prypjat*) та ін. Можна помітити, що їх переклад викликав труднощі в Алоїза Вольдана та деякі назви були видозмінені, хоча, загалом, це не повпливало на ідейний зміст висловлювань.

Часто вживаною в поезіях Ліни Костенко є антонімічна лексика, яку вона використовує з метою зіставлення, порівняння двох понять (для наголошення певних слів), їх розмежування та контрасту, що підвищує емоційність у віршах і робить манеру викладу неповторною. Поетеса використовує антоніми не тільки за усталеною в мові схемою, а й залежно від особливостей власного світосприймання. Алоїз Вольдан зберігає їх вживання та функції в своєму перекладі: «*Над Везувієм сніг. Над Фіордами снека*» / «*Schnee liegt auf dem Vesuv, und Hitze über Fjorden*»; «*І день, і ніч, і мить, і вічність*» / «*Ob Tag, ob Nacht, Sekunde oder Ewigkeit*» та ін.

Важливу роль у поетичному перекладі поезій Ліни Костенко відіграє правильний підбір смислового еквіваленту національної специфіки, присутній в кожному без виключення вірші. На перший план перед перекладачем висувається точне визначення їх значення, що є часто проблематичним завданням. У даному випадку дослівний переклад є часто неможливим або ж зовсім неправильним, так як певні поняття мають різне конотативне значення для представників інших культур (*Jones, 2011, s. 189*). Авторка порушує актуальні проблеми української нації, демонструє суперечності епохи та надає їм філософського звучання, а Алоїз Вольдан намагається поєднати римування та влучно підібраний еквівалент, який би передав повною мірою задум поетеси, що йому досить добре вдається:

...*Той чорний реактор – і пекло, і трон.*

*Він спить на піску, підібгавши коліна.
І сниться йому в ореолі ворон
вже вся Україна, вже вся Україна...
Der schwarze Meiler ist ihm Hölle, ist ihm Thron.
Da schläft er auf dem Sand, die Pose wie gewohnt.
Im Traum sieht er ein Land, von Raben nur bewohnt
In schwarzer Aureole – die ganze Ukraine...*

У поетичному доробку поетеси вагоме місце займає й пейзажна лірика, зображення природних скарбів України, її флори та фауни. У віршах присутня множина описів краєвидів, явищ природи, пір року тощо. Саме вони часто виступають ліричними суб'єктами поезій та є персоніфікованими, мають власні переживання та емоції, а постаті людей відсутні, або ж постають лише другорядними героями. Перекладач у своїй інтерпретації цих об'єктів зберігає їх рольове значення: «*І засміялась провесінь: – Пора! – за Чорним Шляхом, за Великим Лугом...*» / «*Laut hat der Frühling aufgelacht – los, es ist Zeit! – Dem Schwarzem Weg nach, und dem großen Zug...*».

Національна специфіка наявна не лише в окремих словосполученнях чи реченнях, а часто пронизує цілі твори. Яскравим прикладом слугує уривок з віршованого роману «Берестечко» / «*Verestetschko*», який ілюструє історичне минуле українського народу та його трагічну долю; поезії «Страшні корчі вербових ікебан» / «*Qualvoll krümmt sich das Ikebana der Weiden*» і «На березі Прип'яті спить сатана...» / «*Am Prypjat-Ufer schläft der Teufel*», які переплітається з трагічними подіями Чорнобилької катастрофи; вірш «Свят вечір» / «*Heiligaben*», в якому зображені українські традиції; поезія «Падіння Ікара» / «*Sturz des Ikarus*», що розповідає про життя українських селян, та багато інших творів, які передають українську специфіку та колорит. Алоїз Вольдан у перекладах влучно підбирає лексичні відповідники український слів-реалій, вдало знаходить шляхи подолання перекладацьких проблем та цілком передає тематичну спрямованість творів німецькомовному читачу, які мають змогу дізнатися всі особливості минулого і сьогодення українців.

Ще одним важливим аспектом є використання при перекладі граматичних трансформацій, які полягають у зміні структури речення, адже обидві мови мають свої особливості. На відміну від німецької, в українській мові відсутні такі граматичні категорії як артикль, а також інфінітивні та дієприкметникові комплекси і абсолютна номінативна конструкція (Лисенко, 2014, с. 273). Частковий збіг або незбіг у значенні та використанні відповідних форм і конструкцій теж зумовлює використання граматичних трансформацій. До частотних явищ, які створювали труднощі для Алоїза Вольдана при перекладі даної ліричної збірки, можна віднести часткове неспівпадіння категорії числа, неспівпадіння пасивних форм, неповний збіг форм інфінітива та дієприкметника, деякі відмінності у вираженні модальності тощо.

Доволі часто зустрічаємо заміну частин мови: «*Сніги метуть*» / «*Schneetreiben*», «*Лежать села в біді і розрусі*» / «*Die Dörfer liegen arm und elend*»; додавання нових частин мови, відсутніх в оригіналі: «*В цьому саду я виросла...*» / «*Hier wuchs ich auf, in diesem Garten...*» (додано прислівник *tum*);

«А я сказала...» / «*Und ich sag ihm*» (додано займенник *ihm*); «Життя – це пастка і життя – це пуста» / «*Leben ist Fülle und Falle zugleich, ist Leere*» (додано прислівник *zugleich*) та ін. Разом з тим, у деяких випадках, перекладач вилучає певні слова: «Але хто наші вбивці?» / «*Wer aber sind die Mörder?*» (конкретизація займенником *наші* зникає). Також можна помітити перенесення частин речення з рядка в рядок, або ж зміну порядку слів: «*Ich* нема, вони є...» / «*Sie sind da, sie sind nicht da...*».

Характерною ознакою перекладів Алоїза Вольдана з української на німецьку мову є зміна синтаксичної структури словосполучень і речень першотвору: «Я прощаюся з літом. І воно мені каже: «Прощай!» / «*Vom Sommer heißt es Abschied nehmen, unerbittlich*»; «На пожежах печалі я пам'ять свою обпалю» / «*Meine Erinnerung versengt am Glutherd meiner Gram*»; «стрункий велетень – Ніхто» / «*Mit hundert Händen, doch keiner will es gewesen sein*».

Висновки. Перекладацький аналіз двомовної збірки вибраних ліричних творів показав, що кожен вірш Ліни Костенко має оригінальну будову та потребує індивідуального підходу перекладача. Ритмомелодика і строфіка поезій не виходять за рамки традиційного віршування: чіткий поділ на строфи – катрени з перехресним римуванням. При перекладі на німецьку це не завжди вдається відтворити, але все ж Алоїз Вольдан за допомогою різних трансформацій зумів досягти головної мети – зберіг текстову емоційність та експресивність. Можна помітити, що для перекладача значну роль відіграє форма віршів, їх мелодійність. Водночас він ніколи не нехтує вихідним змістом висловлень, а намагається оптимальним чином поєднати форму і суть у поезіях.

Аналіз лексико-стилістичних виражальних одиниць демонструє, що перекладач звертається до різноманітних прийомів при перекладі зображально-мовних засобів, оскільки дослівний переклад не завжди передає закладений зміст та ідейні мотиви висловлень. Він замінює вирази синонімічною лексикою, узагальнює або ж, навпаки, конкретизує відповідники, додає або вилучає слова чи словосполучення, а часом і взагалі їх повністю перефразовує. Проблематика національного еквіваленту є ще одним складним завданням для Алоїза Вольдана, яке він досить добре вирішує. Німецькі переклади повною мірою доносять читачам історичну долю українського народу, неповторний колорит і розкривають суть душевної лірики.

Грамматичні перекладацькі трансформації значно видозмінили оригінал, оскільки граматично-структурна будова двох мов має багато відмінностей. Проте, загалом, можна дійти висновку, що Алоїз Вольдан впорався майже з усіма перекладацькими труднощами, які у нього виникали. Перспективою подальших досліджень є аналіз німецькомовних поезій Ліни Костенко, які здійснили інші перекладачі, та порівняння їх перекладацького стилю зі стилем Алоїза Вольдана.

Список літератури

Казакова Т. А. The imagery in translation. Практикум по художественному переводу : учебное пособие. Санкт-Петербург : Союз, 2003. 320 с.

Костенко Л. І знову пролог / Und wieder ein Prolog. Паралельний переклад німецькою – Алоїз Вольдан. Львів : ВНТЛ-Класика, 2020. 136 с.

Коптілов В. Теорія і практика перекладу: навчальний посібник. Київ : Юніверс, 2002. 280 с.

Ктитарова Н. К., Воронова З. Ю. Теорія перекладу : навчальний посібник для спеціальності «Переклад». Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2013. 323 с.

Лисенко Г. Л., Чепурна З. В. Граматичні трансформації як основа перетворення структури речення в процесі перекладу науково-технічних текстів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Філологічна. 2014. Вип. 45. С. 272–274.

Стріха М. Український художній переклад: між літературою і націєтворенням. Київ : Факт – Наш час, 2006. 344 с.

Шлейермахер Ф. О разных методах перевода : лекция. *Вестник МГУ*. Сер. 9: Филология. № 2. 2000. С. 127–145. URL: <http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/Schleiermacher.doc> (дата звернення: 01.03.2021).

Jenatschke Anna. Schwierigkeiten und Strategien bei der Übersetzung von Gedichten. München : GRIN Verlag, 2017. 71 S. URL: <https://www.grin.com/document/375492> (дата звернення: 01.03.2021).

Jones Francis R. Poetry Translating as Expert Action: Processes, Priorities and Networks. Amsterdam : John Benjamins, 2011. 227 p.

Zima Peter V. Literarische Ästhetik, Methoden und Modelle der Literaturwissenschaft. Tübingen : Francke, 1991. 514 S.

References

Kazakova, T. A. (2003). *The imagery in translation. Praktikum po khudozhestvennomu perevodu: uchebnoe posobie*. Sankt-Peterburh: Soiuz.

Kostenko, L. (2020). *I zнову proloh / Und wieder ein Prolog*. [And again the prologue] Paralelni pereklad nimetskoiu – Aloiz Voldan. Lviv: VNTL-Klasyka.

Koptilov, V. (2002). *Teoriia i praktyka perekladu* [Theory and methodology of translation]: navchalnyi posibnyk. Kyiv: Yunivers.

Kytyarova, N. K., Voronova, Z. (2013). *Teoriia perekladu* [Theory of translation]: navchalnyi posibnyk dlia spetsialnosti «Pereklad». Dniprodzerzhynsk: DDTU.

Lysenko, H. L., Chepurna, Z. V. (2014). Hramatychni transformatsii yak osnova peretvorennia struktury rechennia v protsesi perekladu naukovo-tekhnichnykh tekstiv [Grammatical transformations as a basis for transforming the sentence structure in the process of translating scientific and technical texts]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Seria: Filolohichna, Vyp. 45, 272–274.

Strikha, M. (2006). *Ukrainskyi khudozhnii pereklad: mizh literaturoiu i natsiietvorenniam* [Ukrainian literary translation: between literature and nation-building]. Kyiv: Fakt – Nash chas.

Shleiermakher, F. (2000). O raznykh metodakh perevoda [On different methods of translation]: Lektsyia. *Vestnyk MHU*. Ser. 9: Fylolohyia. № 2, 127–145. URL: <http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/Schleiermacher.doc> (data zvernennia: 01.03.2021).

Jenatschke, Anna. (2017). *Schwierigkeiten und Strategien bei der Übersetzung von Gedichten*. [Difficulties and strategies in the translation of poems]. München: GRIN Verlag. URL: <https://www.grin.com/document/375492> (data zvernennia: 01.03.2021).

Jones, Francis R. (2011). *Poetry Translating as Expert Action: Processes, Priorities and Networks*. Amsterdam: John Benjamins.

Zima, Peter V. (1991). *Literarische Ästhetik, Methoden und Modelle der Literaturwissenschaft* [Literary aesthetics, methods and models of literary studies]. Tübingen: Francke.

УДК 811.112.2'42-11:004.7

ACTUALIZATION OF THE CONCEPT *PARTNER* IN GERMAN VIRTUAL POLITICAL DISCOURSE АКТУАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *PARTNER* У НІМЕЦЬКОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Людмила ПАСИК, Лариса РИСЬ, Віта СТЕРНІЧУК
Волинський національний університет імені Лесі Українки,

Луцький національний технічний університет

pasyk.lyudmyla@vnu.edu.ua, rys.larysa@vnu.edu.ua, vita_stern1076@ukr.net

ORCID ID 0000-0001-8635-5168, ORCID ID 0000-0003-0775-9629,

ORCID ID 0000-0002-2510-6157

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.259-273>

Scientific research is focused on identifying the means of actualizing the concept PARTNER in German virtual political discourse. First, the theoretical preconditions for the analysis of the concept PARTNER in virtual political discourse are considered. The views of many leading domestic and foreign scholars on the concepts of "discourse", "virtual discourse", and "concept" are analyzed to develop our interpretation of definitions of virtual discourse, virtual political discourse, and concept. Possible means of actualization of the concepts and the researched concept PARTNER, in particular, are clarified. The meaning of the lexical unit and identifier of the concept (the word Partner) is studied, and its synonymic row is described. 500 lexical items and phrases that form the empirical basis of the study were identified with the help of a continuous sampling method on the web pages of the German government *bundesregierung.de* and the German parliament *bundestag.de*. All empirical material is subdivided into groups that are filled inhomogeneously. The noun Partner is the first or second component of compounds, and some derivative words are also formed from it. The concept of Partner is elaborated by the use of definite verbs that name actions which can be taken both by a partner and others towards him to achieve a certain goal. The lexical unit Partner is combined with a large number of adjectives (the most frequent group), which are semantically divided into five subgroups. The "partner status" subgroup is the most filled one. Two more subgroups, such as "international/national relations" and "qualities of partners" have almost the same number of words. Examples of the use of selected lexical units in context are given, and a model of the nominative field of the concept PARTNER is constructed. Its nucleus is defined with a lexical unit and identifier, a nuclear zone containing synonyms of a nuclear lexical unit, compounds with the component Partner and derivative words, and periphery (free phrases with verbs and adjectives) included. The conclusions summarize the results of the study and outline the prospects for further research.

Key words: concept, discourse, virtual political discourse, means of expression, partner, nominative field.

Наукова розвідка сфокусована на визначенні засобів актуалізації концепту PARTNER у німецькому віртуальному політичному дискурсі. Спочатку розглянуто теоретичні передумови аналізу концепту PARTNER у віртуальному політичному дискурсі. Проаналізовано точки зору багатьох провідних вітчизняних та зарубіжних науковців щодо понять «дискурс», «віртуальний дискурс», «концепт» і на їх основі вироблено власне трактування віртуального дискурсу, віртуального політичного дискурсу та концепту. З'ясовано можливі засоби актуалізації концепту загалом та досліджуваного концепту PARTNER зокрема. Вивчено значення лексеми-ідентифікатора концепту – лексеми Partner та описано її синонімічний ряд. Методом суцільної вибірки на веб-сторінках німецького уряду *bundesregierung.de* та німецького парламенту *bundestag.de* виокремлено 500 лексичних одиниць та словосполучень, які становлять емпіричну базу дослідження. Увесь емпіричний матеріал покласифіковано на групи, які наповнені неоднорідно. Іменник Partner виступає першим чи другим складником композитів, від нього утворені також деякі похідні слова. Поняття Partner конкретизується вживанням певних дієслів, що називають дії, які можуть здійснюватися як самим партнером, так і іншими особами стосовно нього для досягнення певної мети. Лексема Partner сполучається з досить великою кількістю прикметників та дієприкметників (найчастотніша група), які за семантичним значенням розподілено на п'ять підгруп, найбільш наповненою є підгрупа «статус партнерів», а ще дві – «інтернаціональні/національні зв'язки» і «якості партнерів» – мають майже однакову кількість слів. Наведено приклади вживання виокремлених лексичних одиниць у контексті та побудовано модель номінативного поля концепту PARTNER, у якому виділено ядро, до якого входить лексема-ідентифікатор,

приядерну зону, яка містить синоніми ядерної лексеми, композити зі складником Partner і похідні слова, та периферію (вільні словосполучення з дієсловами та прикметниками). У висновках підведено підсумки дослідження та окреслено перспективи наступних наукових розвідок.

Ключові слова: концепт, дискурс, віртуальний політичний дискурс, засоби вираження, партнер, номінативне поле

Вступ. В епоху глобалізації різні мобільні застосунки, комп'ютер та Інтернет стали невід'ємною частиною життя кожного з нас і без них вже важко уявити будь-яку сферу. Така популярність привернула увагу лінгвістів, які прагнуть йти в ногу з часом і досліджувати все, що розвивається і змінюється. Саме тому цікавим для наукових розвідок стає віртуальний дискурс, а також різні концепти в ньому (*Компанцева, 2007; Лутовинова, 2009; Полонский, 2012; Д'яконова, 2013; Пасик, 2016; Жаботинська, 2020*). Оскільки у віртуальному дискурсі перетинаються різні галузі і тематики, ми зосередимо свою увагу на вивченні концепту PARTNER у політичній царині на матеріалі німецького віртуального політичного дискурсу, який ще недостатньо описаний, що зумовлює *актуальність* дослідження. *Метою* нашої наукової розвідки є визначення засобів актуалізації концепту PARTNER у німецькому віртуальному політичному дискурсі. *Об'єктом* дослідження є мовні одиниці, які використано для актуалізації концепту PARTNER у німецькому віртуальному політичному дискурсі. *Предметом* дослідження є об'єктивація концепту PARTNER у німецькому віртуальному політичному дискурсі.

Це зумовило постановку й виконання таких завдань:

- дослідити теоретичні передумови аналізу концепту PARTNER у віртуальному політичному дискурсі;
- проаналізувати номінативне поле концепту PARTNER у німецькому віртуальному політичному дискурсі.

Методи дослідження. У процесі розв'язання поставлених завдань у дослідженні застосуємо такі методи дослідження: загальнонаукові – *індукція, дедуція, аналіз і синтез* – для уточнення теоретичних засад та формування висновків наукової праці; лінгвістичні методи: *аналіз словникових дефініцій* – для з'ясування значення аналізованих мовних одиниць із метою конструювання номінативного поля концепту PARTNER; *інтерпретаційний аналіз* – для витлумачення змісту політичних промов чи текстів, де обговорюються партнери чи партнерство; *дистрибутивний аналіз* – для з'ясування сполучуваності мовних одиниць на позначення концепту PARTNER та його концептуальних ознак. Джерелами ілюстративного матеріалу слугували веб-сторінки німецького уряду *bundesregierung.de* та німецького парламенту *bundestag.de*, де *методом суцільної вибірки* було виокремлено 500 лексичних одиниць та словосполучень для аналізу.

Результати та обговорення. В умовах сучасного суспільства, культурною домінантою якого стає продукування і поширення смислу, в якому найважливішою рушійною силою є інформація а її виробництво і управління стає культурним, ідеологічним і маркетинговим проектом, ключовим дискурсом,

який реалізує рух соціальної думки і формує концептуальну картину світу людини, є дискурс мас-медіа (Полонский, 2012).

Інтернет становить окремих вид у складній соціальній системі ЗМІ і розглядається М. В. Шкондіним як «окреме структурне утворення», «множина однотипних системних об'єктів» (Шкондин, 2009, с. 37). Інтернет – це специфічне полікодове інформаційне середовище, що забезпечує доступ до своїх ресурсів і формується електронною пам'яттю, розміщеною на різних, але пов'язаних один з одним певними протоколами комп'ютерах (Полонский, 2012).

Творці Інтернету вбачали у ньому новий спосіб передачі, збереження, пошуку та представлення інформації. Але, як наслідок, сформувалось «нове соціокультурне середовище, яке залишає відбиток на спілкуванні користувачів Інтернетом, і через те можна говорити про появу нового типу дискурсу – віртуального» (Лутовинова, 2009, с. 7).

Одноставної думки щодо назви такого типу дискурсу не існує. Л. Ф. Компанцева визначає «віртуальний дискурс як комунікативну подію мережі, комунікативну ситуацію, зафіксовану в гіпертексті; системний процес кореляції символно-мовного спілкування віртуальних комунікантів, спосіб представлення віртуальних мовних особистостей в єдності психологічних, соціальних, національних, етичних та інших характеристик» (Компанцева, 2007, с. 10). Дослідниця називає п'ять комунікативно-прагматичних параметрів взаємодії гіпертексту й віртуального дискурсу: 1) вони належать до різних рівнів організації мережевої комунікації – структурно-функціонального й комунікативно-прагматичного; 2) актуальність і потреба тих або інших сторінок гіпертексту визначають прагматичну організацію дискурсу; 3) якщо віртуальний дискурс – це комунікативна подія, то гіпертекст – результат самого факту тієї або іншої комунікативної події, комунікативної ситуації, зафіксований у віртуальному часі й просторі; 4) дискурс включає гіпертекст, формується на його основі, у той же час створює нові відгалуження гіпертексту – дискурси, застигли в текстах; 5) механізми функціонування гіпертексту засновані на комунікативній доцільності, оскільки реципієнт гіпертексту сам конструює його структуру (Компанцева, 2007, с. 10).

О. В. Лутовинова, взявши за основу визначення дискурсу, запропоноване В. І. Карасиком, трактує віртуальний дискурс як «текст, занурений у ситуацію спілкування у віртуальній реальності» (Лутовинова, 2009, с. 18).

Проаналізувавши всі згадані вище дефініції **віртуального дискурсу**, розглядаємо його у нашому дослідженні і як сукупність текстів, присвячених одній тематиці, і як комунікативну подію, яка має свої диференційні ознаки: ця подія дистантна, пролонгована у часі, інтеракція відбувається між адресантом, та потенційним адресатом, ким стає той, кого зацікавить звернення адресанта, яке має форму прямої мови, проте як дискурсивний процес має своїм результатом тексти, що характеризуються як інтра-, так і екстратекстовими (під впливом чинників дискурсивного процесу) особливостями (Пасик, 2016, с. 38).

Політичні актори швидко навчилися активно використовувати можливості Інтернет-комунікацій щодо організації політичного дискурсу засобами комунікативних технологій. «Виступаючи одним із інструментів політичної

влади у суспільстві, політичний дискурс представляє собою текстуальне та аудіовізуальне вираження пануючих у суспільстві та еліті ідеологічних схем, а Інтернет-комунікації поступово переходять у розряд найсучаснішого, найбільш ефективного засобу боротьби за державну і політичну владу», вважає О. В. Радченко (*Радченко, 2012, с. 117*).

О. Й. Шейгал визначає політичний дискурс із семіотичних позицій, а саме: політичний дискурс – це знакове утворення, що має два виміри – реальний та віртуальний, водночас у реальному вимірі він розуміється як текст у конкретній ситуації політичного спілкування, а його віртуальний вимір включає вербальні і невербальні знаки, орієнтовані на обслуговування сфери політичної комунікації, тезаурус прецедентних висловлювань, а також моделі типових мовленнєвих дій і уявлення про типові жанри спілкування в цій сфері (*Шейгал, 2000, с. 9*). Як бачимо, таке визначення політичного дискурсу є досить широким. Проте існує і безліч інших трактувань цього явища, але «численність та різноспрямованість робіт у цій сфері інколи приводить дослідників до думки, що створення стрункої системи трактування політичного дискурсу не є теоретично можливим», зазначає О. К. Ковальова (*Ковальова, 2020, с. 102*).

Розглянувши різні дефініції, вважаємо, що віртуальний політичний дискурс має свою специфіку, тому що йому притаманні риси комп'ютерно-опосередкованої комунікації: глобальність, віртуальність, дистантність, пролонгованість у часі, опосередкованість, гіпертекстуальність, специфічність комп'ютерної етики (*Щипіцина, 2011*), переважання масового адресата, театральність, емоційність, смислово невизначеність і пов'язані з нею фантомність, фідеїстичність і авторитарність, а також динамічність (*Шейгал, 2000, с. 131*). Будь-який дискурс є середовищем актуалізації концептів. Концепт – основний термін когнітивної лінгвістики, дослідженню якого присвячені праці українських (*Жаботинська, 2020; Застровська, 2010; Приходько, 2013; Полюжин, 2015*) та зарубіжних науковців (*Вежбицкая, 2001; Карасик, 2013; Степанов, 2007*).

С. А. Аскольдов-Алексеев вперше вжив цей термін у 1928 р. Він вважав, що «концепти – це ембріони мисленнєвих операцій: коли вимовлене ким-небудь слово розуміється у власному значенні, то це значить, що той, хто це розуміє, здійснює деякий миттєвий акт, який стає зародком цілої системи мисленнєвих операцій» (*Аскольдов, 1997, с. 279*). Найсуттєвішою ознакою концепту, на думку більшості вчених, є його причетність до сфер знання, культури, психології та ціннісних орієнтирів того чи іншого етносу. Саме вони закладені в основу різних дефініційних моделей, що застосовуються для наукового тлумачення терміна «концепт» (*Приходько, 2008, с. 46*).

М. В. Пименова зазначає: «Все, що людина знає, вважає, уявляє про об'єкти зовнішнього та внутрішнього світу, і є тим, що називається концептом. Концепт – це уявлення про фрагмент світу. Таке уявлення (образ, ідея, символ) формується загальнонаціональними ознаками, які доповнюються ознаками індивідуального досвіду та особистої уяви» (*Пименова і Кондратьєва, 2011, с. 60*).

Також «концепт» деякі дослідники розуміють як «багатовимірне смислове динамічне утворення, в якому виділяються ціннісна, понятійна та образна

сторони, для вираження якого необхідна уся сукупність мовних та позамовних засобів, що прямо чи опосередковано ілюструють, уточнюють чи розвивають його зміст» (Колесов, 1999, с. 127).

М. М. Полюжин трактує концепт як «ментальну одиницю, елемент свідомості, який відіграє роль посередника між культурою й мовою. Саме у свідомість надходить культурна інформація, де вона фільтрується, переробляється, систематизується та формується у вигляді концепту, відповідає за вибір мовних засобів, що передають інформацію в конкретній комунікативній ситуації для реалізації певної комунікативної мети» (Полюжин, 2015, с. 218). Концепт як лінгвістичне явище проявляється у вигляді сутності, що репрезентує асоціативне поле імені, хоча й не прирівнюється до нього. Інакше кажучи, концепт – парадигматична модель імені, що містить його логічну й сублогічну структури, які виводяться і з вільного сполучення імені, і зв'язаного, тобто з синтагматичних зв'язків, зафіксованих у тексті. Обсяг концепту охоплює зміст найвісного поняття, проте не вичерпується лише ним, оскільки охоплює всю безліч практичних елементів імені, що проявляються в різних словосполученнях (Полюжин, 2015, с. 219).

На основі аналізу різних дефініцій (В. І. Карасик, Ю. С. Степанов, Й. А. Стернін, З. Д. Попова та ін.) вважаємо, що концепт – це культурно детермінована ментальна одиниця, яка відповідає за вибір мовних засобів об'єктивації, регулює комунікативну поведінку, має складну будову, формується на основі загальнонаціональних ознак, які доповнено ознаками індивідуального досвіду й особистої уяви, містить оцінне ставлення до своїх референтів, у сукупності з іншими концептами формує концептуальну картину світу народу, яка частково знаходить відображення в мовній картині світу.

Коли концепт отримує мовне вираження, то ті мовні засоби, які для цього використовуються, називаються засобами вербалізації, об'єктивації в мові, мовної репрезентації, озвнішнювання концепту. Основне завдання дослідника полягає в отриманні вичерпного списку мовних одиниць, які об'єктивують досліджуваний ним концепт як ментальну одиницю у певний період розвитку суспільства, тобто необхідно проаналізувати номінативне поле концепту (Попова і Стернін, 2010, с. 66).

Номінативне поле є неоднорідним, воно містить як прямі номінації (ядро номінативного поля), так і номінації окремих когнітивних ознак концепту, які розкривають зміст концепту та ставлення до нього у різних комунікативних ситуаціях (периферія номінативного поля) (Попова і Стернін, 2010, с. 69). Беручи до уваги викладене, вважаємо, що номінативне поле – це виявлена і впорядкована дослідником сукупність мовних засобів, які представляють концепт у певний період розвитку суспільства.

До мовних засобів, які можуть входити в номінативне поле концепту і сприяти його опису в процесі лінгвокогнітивного дослідження, належать: 1) прямі номінації концепту (ключове слово-репрезентант концепту, у нашому випадку це слово *Partner*, яке вибирається особою в якості імені концепту та імені номінативного поля та його системні синоніми); 2) похідні номінації концепту (переносні, похідні); 3) спільнокореневі слова, одиниці різних частин мови;

4) симіляри (термін О. О. Залевської) – лексеми, які виявляються у ході експерименту, наближені за значенням до досліджуваних, хоч вони не є синонімами в традиційному смислі); 5) фразеосполучення, які включають ім'я концепту; 6) паремії (прислів'я, приказки та афоризми); 7) метафоричні номінації; 8) стійкі порівняння з ключовим словом; 9) вільні словосполучення, які номінують деякі ознаки концепту; 10) асоціативне поле (сукупність асоціатів); 11) суб'єктивні словесні дефініції, запропоновані респондентами як тлумачення цього концепту; 12) словникові тлумачення мовних одиниць, котрі об'єктивують концепт; 13) словникові статті в енциклопедії чи довіднику (інформаційно-експлікативні тексти); 14) тематичні тексти (науковий чи науково-популярний, де йдеться про зміст концепту); 15) публіцистичний чи художній тексти з наявними у них засобами висвітлення змісту концепту; 16) сукупності текстів (при необхідності експлікації чи обговорення змісту складних, абстрактних чи індивідуально-авторських концептів) (Попова і Стернин, 2010, с. 69-71). У кожному концепті набір мовних засобів буде різнитися.

З точки зору лінгвокультурології концепт має складну структуру, до якої належить все, завдяки чому вибудовується поняття, але й, крім того, до структури концепту входить все, завдяки чому концепт стає фактом культури – етимологія, основні історичні риси, сучасні асоціації, оцінки, конотації (Маслова, 2008, с. 59-60). В. А. Маслова та Р. М. Фрумкіна розрізняють ядро та периферію концепту. Ядро – це словникові значення тієї чи іншої лексеми. Тобто саме матеріали тлумачних словників стануть дослідникові у нагоді, щоб розкрити зміст концепту та виявити специфіку його мовного вираження. Периферія – це суб'єктивний досвід, різні прагматичні складові лексеми, конотації та асоціації. Важливим також є тип концепту, оскільки він впливає на вибір методів його опису. Деякі лінгвісти притримуються думки, що переважна більшість концептів номінуються лексичним шляхом, менша – синтаксичним і фразеологічним (Приходько, 2008, с. 107-108).

Перш ніж розглянемо актуалізацію концепту у дискурсі, видається доцільним зосередити увагу на значеннях та синонімічному ряді ядерної лексеми „Partner“. На основі аналізу лексикографічних онлайн-джерел з'ясовано, що вона має декілька дефініцій. Німецький тлумачний словник за редакцією Duden трактує це поняття таким чином:

1) *jemand, der mit anderen etwas gemeinsam (zu einem bestimmten Zweck) unternimmt, sich mit anderen zusammentut (той, хто об'єднує зусилля з іншими для досягнення конкретної мети) (тут і далі переклад наш – Пасик Л. А., Рись Л. Ф., Стернічук В. Б.);*

2) *jemand, der mit einer anderen Person zusammenlebt, ihr eng verbunden ist (той, хто проживає з іншою людиною та перебуває з нею у стосунках);*

3) *jemand, der mit anderen auf der Bühne, im Film o. Ä. auftritt, spielt (той, хто з іншими на сцені, у фільмі чи у чомусь подібному виступає);*

4) *Gegenspieler, Gegner (гравець з протилежного боку, суперник);*

5) *Teilhhaber (партнер) (Duden, 2021).*

У корпусі DWDS подано такі дефініції:

1) *jmd., der sich mit einer oder mehreren Personen aus gemeinsamem Interesse, zu einem bestimmten Zweck, zusammengetan hat, mit einer oder mehreren Personen zusammenarbeitet* (одна або декілька осіб, котрі мають спільні інтереси або котрі співпрацюють для досягнення спільної мети), наприклад: *der Partner in einem Gespräch* (співрозмовник);

2) *Gegner, Mitspieler in einem Wettkampf* (супротивник, учасник протилежної команди), наприклад: *er war beim Boxkampf ein ebenbürtiger Partner* (рівноправний супротивник у поєдинку з боксу);

3) *jmd., der mit jmdm. zusammen ein Paar, Ehepaar bildet* (той, хто разом з іншою людиною утворює пару), наприклад: *der eheliche, sexuelle Partner* (партнер у шлюбі, сексуальний партнер);

4) *Teilhaber eines privaten Geschäfts, eines Unternehmens* (партнер у бізнесі, ділових відносинах), наприклад: *Er hat seinen Partner ausgezahlt* (Він заплатив своєму партнеру) (DWDS, 2021).

У словникові синонімів Woxikon.de подано 237 синонімів до слова *PartnerIn*, які за значенням покласифіковано у 18 тематичних груп. Для нашого дослідження важливими є ті групи, які найбільше дотичні до віртуального політичного дискурсу, хоч і не виключаємо, що у текстах чи промовах політичних акторів можуть зустрічатися і синоніми з інших груп, оскільки політика – явище різнопланове:

1) *TeilhaberIn/MitinhaberIn* – учасник, пайщик/співвласник, компаньйон: *Beteiligte/r, Gesellschafter, (wirtsch) Kompagnon, Sozius, Sozia, Kommanditist, Kommanditär, Komplize*;

2) *MitspielerIn* – партнер, гравець команди: *TeilnehmerIn*;

3) *GegenspielerIn* – суперник, партнер: *GegnerIn, Gegenpart*;

4) *Beteiligte/r* – співучасник: *BesucherIn, Mitwirkende/r, Aktive/r, Anwesende/r, BeiwohnerIn, Gast, Gästin, Hörschaft, Mitglied, Publikum, ZuhörerIn, Zuhörerschaft, ZuschauerIn, Augenzeuge/In, TeilnehmerIn*;

Така кількість синонімів до слова *PartnerIn* свідчить про високу номінативну щільність (термін В. І. Карасика) цього відрізка у системі мови, тобто це підтверджує актуальність та цінність досліджуваного нами концепту для представників німецького етносу в різних сферах їхнього життя, і у політичній – зокрема. Засобами актуалізації будь-якого концепту є лексичні та синтаксичні засоби. До лексичних засобів можна віднести іменники, прикметники, дієслова, прислівники, дієприкметники.

Методом суцільної вибірки виокремлено велику кількість композитів, які після аналізу розподілено на такі 3 підгрупи:

● композити, у яких слово *Partner* є другим складником: *Projektpartner, Vertragspartner, Kooperationspartner, Facebook-, InstagramPartner, Premium-Partner, Koproduktionspartner, Medienpartner, Lebenspartner, Ex-Partner, Forschungspartner, Ansprechpartner, Handelspartner, Sozialpartner, Wertepartner, Netzwerkpartner, Bündnispartner, Auftragspartner, Geschäftspartner, Durchführungspartner, Nexuspartner, Friedenspartner, Familienpartner, Gesprächspartner, Sozialpartner, Ehepartner, Afrika-Partner, Dialogpartner, Umsetzungspartner, Sicherheitspartner, Vereinbarungspartner, Praxispartner*,

Transferpartner, Bundesmantelvertragspartner, Interviewpartner, Wirtschaftspartner, Medienpartner, Recherchepartner, Implementierungspartner, Umsetzungspartner, Koalitionspartner, наприклад:

(1) Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf, sich auf EU-Ebene für eine enge Abstimmung in der China-Politik mit weiteren **Wertepartnern** wie Großbritannien, Kanada, Australien und Neuseeland einzusetzen (*Bundestag.de*).

(2) Die Festlegung durch die **Vereinbarungspartner** ist hingegen nach dem Perzentilansatz beabsichtigt ... (*Bundestag.de*).

● КОМПОЗИТИ, у яких слово Partner є другим складником, а перший складник – аббревіатура: *NATO-Partner, NGO-Partner, ÖPP-Partner, UN-Multipartner, TPA-Partner, NRO-Partner, DW-Partner*, наприклад:

(3) Er verstehe nicht, dass andere **Nato-Partner** ihre Hubschrauber mit lieferfertigen Ausrüstung fliegen, während Deutschland Anforderungen an die Technik stelle, die erst Neuentwicklungen erfordert (*Bundestag.de*).

● КОМПОЗИТИ, у яких слово Partner є першим складником: *Partnerland, Partnerbehörde, Partnerregierung, Partnerstaat, Partnernetz, Partnerproduktion, Partnersender, Partner-Mitgliedstaat, Partnermonat, Partnerinstitution, Partnername, Partnerprozess, Partnerhaushalt, Partnerverlust, Partnerstruktur, Partnerleistung, Partnerdienst, Partneruniversität*, наприклад:

(4) Die Bundesregierung soll unter anderem Angaben machen zum Verbleib oder Abzug der Bundeswehr und der **Nato-Partner**, zur Bewertung der Sicherheitslage und zur derzeit laufenden Überprüfung der US-Abzugspläne bis Mitte 2021 durch die neue US-Regierung (*Bundestag.de*).

(5) Informationen über relevante Entwicklungen in den **Partnerländern**, ob mit oder ohne unmittelbaren Projektbezug (*Bundestag.de*).

Невелику групу становлять похідні слова: *Partnerschaft, Partnerschaftlichkeit, Partnerschaftsbonus, Partnerschaftsurlaub, Partnerschaftsrat, Handelspartnerschaftsausschuss, Partnerschaftsversammlung, partnerschaftlich, sich verpartnern, Zwangsverpartnerung*:

(6) Begründet wurde diese, bereits im Gesetzgebungsverfahren von Sachverständigen als „**Zwangsverpartnerung**“ (Bundestagsdrucksache 19/10693) kritisierte, Änderung mit Einsparungen und Synergieeffekten durch gemeinsames Wirtschaften und durch die gemeinsame Nutzung von Küchen, Sanitärräumen und Aufenthaltsräumen (*Bundestag.de*).

Досліджуваний нами концепт профілізується у мові за допомогою вільних словосполучень, які зберігають самостійні значення складників і припускають їхню варіативність. Словосполучення з іменем концепту, тобто лексемою *Partner* допомагають з'ясувати, що поняття *Partner* конкретизується уживанням:

1) дієслів, які позначають конкретні дії і можуть вчинятися

● як партнерами самостійно: *sein – бути, teilnehmen – брати участь, widersprechen – заперечувати, kennenlernen – знайомитися, mitmachen – брати участь, diskutieren – дискутувати, leben – жити, profitieren – мати вигоду, arbeiten – працювати, sich verbünden – вступати в союз, abstimmen – голосувати, entwickeln – розробляти, fordern – вимагати*, наприклад:

(7) Heute **stimmten** die Kooperationspartner Regelungen bezüglich des Datenschutzes **ab** (*Bundestag.de*).

(8) Die Partner **entwickelten** Strukturen der Zusammenarbeit: eine Kooperationsvereinbarung, regelmäßige Treffen und ein Konsensverfahren für Entscheidungen (*Bundestag.de*).

(9) Nun **fordern** einige unserer europäischen Partner ... angesichts der schweren Krise gemeinsame Schulden mit gemeinsamer Haftung aufzunehmen.

• так і іншими особами стосовно їхніх партнерів: *wählen – вибирати, suchen – шукати, finden – знаходити, gewinnen – отримати, здобути, erwerben – здобувати, drängen – змушувати, vchniyati tusk na kogось, verpflichten – зобов'язувати, einbeziehen – залучати, verlieren – втрачати, eintragen – реєструвати, um etwas bitten – про щось просити, наприклад:*

(10) Wir müssen alte Partnerschaften runderneuern, und wir müssen auch neue **Partner finden** (*Bundesregierung.de*).

(11) Griechenland **hat** seine europäischen Partner **um** Zustimmung **gebeten**, erneut einen Teil der ausstehenden Kredite des Internationalen Währungsfonds (IWF) vorzeitig zurückzuzahlen (*Bundesregierung.de*).

2) словосполучень з кількома словами: *sich mit den Partnern einig sein – погоджуватися з партнерами, den Partnern zugutekommen – піти на користь партнерам, als Freunde und Partner zur Seite stehen – стояти пліч-о-пліч як друзі і партнери; Partner in die Lage versetzen – ставити партнерів у становище; als Partner agieren und auch als solcher wahrgenommen werden – діяти як партнер і сприйматися таким; als Partner auf Augenhöhe respektieren – поважати як рівноправних партнерів, наприклад:*

(12) Deutschland und Europa müssten den USA **als Freunde und Partner zur Seite stehen** (*Bundestag.de*).

(13) Das vereinfachte Berichtsformat **kommt** auch den lokalen **Partnern zugute** (*Bundestag.de*).

3) прикметників та дієприкметників (I і II), які можна поєднати у такі тематичні групи:

• інтернаціональні/національні зв'язки: *staatlich – державний, britisch – британський, international – міжнародний, europäisch – європейський, weltweit – всесвітній, regional – регіональний, lokal – місцевий, dänisch – датський, afrikanisch – африканський, türkisch – турецький, zivilgesellschaftlich – громадянський, ausländisch – закордонний, transatlantisch – трансатлантичний, global – глобальний, kirgisisch – киргизький, binational – бінаціональний, kolumbianisch – колумбійський, multilateral – багатосторонній, nichtstaatlich – недержавний, chinesisich – китайський, griechisch – грецький, amerikanisch – американський, pazifisch – тихоокеанський, örtlich – місцевий, multinational, westlich – західний, östlich – східний):*

(14) Der Fall der Berliner Mauer etwa wäre ohne die schon bestehende Einbindung in euroatlantische Strukturen, ohne die damalige Weitsicht unserer **transatlantischen** Partner nicht denkbar gewesen (*Bundesregierung.de*).

• потенційні/колишні партнери: *langjährig – давній, ehemalig – колишній, möglich – можливий, akzeptabel – прийнятний, potenziell – потенційний, strategisch – стратегічний, dauerhaft – довготривалий:*

(15) Der Widerstand kam nicht nur von denjenigen, die ..., sondern auch ganz überraschend von Seiten **langjähriger Partner** (*Bundesregierung.de*).

● вікова категорія партнерів: *minderjährig* – неповнолітній, *volljährig* – повнолітній, *30-jährig* – тридцятирічний;

● статус партнерів: *wichtig* – важливий, *zentral* – центральний, *offiziell* – офіційний, *sammlungshaltend* – той, що зберігає колекцію, *unterstützend* – підтримуючий, *reichweitenstark* – широкомастиабний, *ausgewählt* – обраний, *verpartnert* – той, що перебуває в одностатевому шлюбі/стосунках, *kinderbetreuend* – той, що доглядає за дітьми, *verdienend* – той, що заробляє, *erwerbstätig* – працюючий, *maßgeblich* – виступаючий ініціатором, *finanzierend* – фінансуючий, *einzel* – єдиний, *privat* – приватний, *bilateral* – двосторонній, *handelspolitisch* – торгово-політичний, *beteiligt* – задіяний, *gleichberechtigt* – рівноправний, *schutzbedürftig* – потребує захисту, *fest* – постійний, *einzel* – єдиний, *alliiert* – союзницький, *wissenschaftlich* – науковий, *militärisch* – військовий, *vorhanden* – наявний, *technologisch* – технологічний, *gegenwärtig* – сучасний, *zukünftig* – майбутній, *tatsächlich* – дійсний, *gewünscht* – бажаний, *möglich* – можливий, *neu hinzukommend* – новододаний, *kooperierend* – співпрацюючий, *häufig wechselnd* – той, що часто міняється, *bewertend* – оцінює, *bewertet* – оцінений, *humanitär* – гуманітарний, *assoziiert* – асоційований, *zivil* – цивільний, *extern* – зовнішній, *eingetragen* – зареєстрований, *unmittelbar* – безпосередній, *unverzichtbar* – безвідмовний, *ernstgenommen* – той, якого серйозно сприймають, *entscheidend* – вирішальний:

(16) Dieser schließt u. a. die Entsendung **akademischer Partner** zu Unternehmen und vice versa ein (*Bundestag.de*).

● політичні переконання партнерів: *demokratisch* – демократичний, *politisch* – політичний, *prodemokratisch* – продемократичний, *politisch unterschiedlich aufgestellt* – політично по-різному налаштований:

(17) Die Unterstützung unserer **demokratischen Partner** in der Welt ist für die deutsche Außenpolitik sehr wichtig (*Bundesregierung.de*).

● якості партнерів: *gut* – добрий, *verlässlich* – надійний, *großzügig* – щедрий, *reich* – багатий, *unfair* – несправедливий, *vertraut* – знайомий, *perfekt* – відмінний, *schwierig* – складний, *ernsthaft* – серйозний, *schlecht* – поганий, *stark* – сильний, *ambitioniert* – амбіційний, *richtig* – правильний, *gewalttätig* – агресивний, *problematisch* – проблематичний, *zuverlässig* – надійний, *verantwortlich* – відповідальний, *leistungsstark* – високопродуктивний, *kompetent* – компетентний, *vertrauenswürdig* – вартий довіри, *fragmentiert organisiert* – фрагментарно організований, *selbstbewusst* – самосвідомий, *selbständig* – самостійний, *wertvoll* – цінний, *kongenial* – однаково мислячий, *unersetzlich* – незамінний, наприклад:

(18) Grünen-Politikerin Hajduk warnte, durch den „Absturz“ des Entwicklungstetats laut mittelfristiger Finanzplanung werde die Planungssicherheit und die Rolle Deutschlands als zuverlässiger Partner in der Entwicklungszusammenarbeit aufs Spiel gesetzt (*Bundestag.de*).

(19) Dabei ist das Vereinigte Königreich gerade in diesem vitalen Bereich ein **unersetzlicher Partner** (*Bundestag.de*).

(20) Europa hat sich in den letzten Jahren den Ruf eines **verlässlichen** Partners erworben – sei es als **vertrauenswürdig** Gesprächspartner in internationalen Foren oder zum Beispiel im Iran-Dossier, bei zivilen Missionen in der Ukraine oder bei Trainingsmissionen in Mali (*Bundesregierung.de*).

На основі аналізу емпіричного матеріалу змодельовано номінативне поле концепту PARTNER (Рис. 1), яке має ядро (лексема-ідентифікатор) і приядерну зону (синоніми лексеми-ідентифікатора, композити з лексемою Partner та похідні слова), у яких зосереджуються основні концептуальні ознаки, та периферію (вільні словосполучення з дієсловами, прикметниками та дієприкметниками), що містить тільки додаткові концептуальні ознаки:

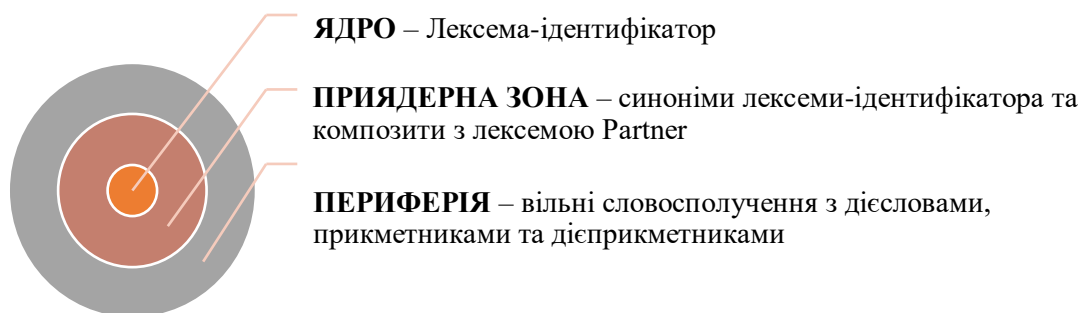


Рис. 1 Номінативне поле концепту PARTNER

Висновки. Отже, концепт PARTNER актуалізується у віртуальному політичному дискурсі німецької мови за допомогою композитів, у складі яких іменник Partner виступає першим чи другим складником, від нього утворені також деякі похідні слова. Поняття Partner конкретизується вживанням певних дієслів, що називають дії, які можуть здійснюватися як самим партнером, так і іншими особами стосовно нього для досягнення певної мети. Лексема Partner сполучається з дуже великою кількістю прикметників та дієприкметників (найчастотніша група), які за семантичним значенням розподілено на п'ять підгруп, найбільше наповненою є підгрупа «статус партнерів», а ще дві – «інтернаціональні/національні зв'язки» і «якості партнерів» – мають майже однакову кількість слів.

Наведено приклади вживання виокремлених лексичних одиниць у контексті та побудовано модель номінативного поля концепту PARTNER, у якому виділено ядро, до якого входить лексема-ідентифікатор, приядерну зону, яка містить синоніми ядерної лексеми та композити із складником Partner, та периферію (вільні словосполучення з дієсловами, прикметниками та дієприкметниками). У перспективі плануємо дослідити фреймову структуру концепту PARTNER у віртуальному політичному дискурсі та наповнюваність її слотів.

Список літератури

Аскольдов С. А. Концепт и слово. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста.* Антология / под ред. проф. В. П. Нерознака. М. : Academia, 1997. С. 267–279.

Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М. : Языки славян. культуры, 2001. 288 с.

Д'яконова О. В. Концепт щастя у віртуальному дискурсі: потенційність чи реалізованість? *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 46(1). С. 506–514. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_46\(1\)60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_46(1)60). (дата звернення: 10.02.2021).

Жаботинська С. А. Нарративний мультимедійний концепт: алгоритм аналізу (на матеріалі інтернет-мемов о COVID-19). *Cognition, communication, discourse*. 2020, 20. С. 92–117. URL: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home> DOI: 10.26565/2218-2926-2020-20-06 (дата звернення: 10.02.2021).

Застровська С. О. Актуалізація концепту RISIKO в ситуаціях вибору (на матеріалі німецької мови). *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки*. Філологічні науки. Мовознавство. Луцьк, 2010. № 8. С. 83–86.

Карасик В. И. Языковая матрица культуры. М.: Гнозис, 2013. 320 с.

Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 27, Т. 2, 2020. С. 101–107. URL: http://www.aphn-journal.in.ua/archive/27_2020/part_2/16.pdf DOI: 10.24919/2308-4863.2/27.203531 (дата звернення: 10.02.2021).

Колесов В. В. Жизнь происходит от слова... Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. 368 с.

Компанцева Л. Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.02. «Російська мова». К. : [б. в.], 2007. 36 с.

Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 476 с.

Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. 3-е изд., перераб. и доп. Минск : ТетраСистемс, 2008. 272 с.

Пасик Л. А. Об'єктивація та дискурсивна профілізація концепту PARTNERWANL/ВИБІР ПАРТНЕРА (на матеріалі німецької мови): дис. ... канд. філол. наук: 10.00.04. Запоріжжя, 2016. 240 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/02_2016/Pasyk_dis.pdf.

Пименова М. В, Кондратьева О. Н. Концептуальные исследования. Введение : учеб. пособие. М. : Флинта : Наука, 2011. 176 с.

Полонский А. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления. *Научный журнал Современный дискурс-анализ*. 2012. Вып. 6. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml> (дата звернення: 15.02.2021).

Полужин М. Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2015. № 4. С. 214–224.

Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М. : АСТ : Восток-Запад, 2010. 314 с.

Приходько А. М. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск : Белая Е. А., 2013. 308 с.

Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.

Радченко О. В. Інтернет-комунікації як засіб формування демократичного політичного дискурсу: складові та особливості. *Актуальні проблеми політики*. 2012. Вип. 47. С. 114–122.

Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. М. : Языки славянских культур, 2007. 248 с.

Шейгал Е. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000. 440 с.

Шкондин М. В. Периодическая печать: системные основы типологии. *Типология периодической печати* / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова [и др.], под ред. М. В. Шкондина. М. : Аспект-Пресс, 2009. С. 10–46.

Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2011. 41 с.

Bundesregierung.de URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/bulletin/regierungs-erklaerung-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-1746978> (дата звернення: 15.02.2021).

Bundestag.de URL: <https://www.bundestag.de/services/suche?suchbegriff=Partner> (дата звернення: 15.02.2021).

Duden. Die deutsche Rechtschreibung. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Partner> (дата звернення: 15.02.2021).

Digitales Wörterbuch deutscher Sprache (DWDS). URL: <https://www.dwds.de/wb/Partner> (дата звернення: 15.02.2021).

Woxikon. URL: <https://synonyme.woxikon.de/synonyme/partner.php> (дата звернення: 15.02.2021).

References

Askoldov, S. A. (1997). Kontsept i slovo [Concept and word]. *Russkaia slovesnost. Ot teoryu slovesnosti k strukture teksta*. Antolohiya / pod red. prof. V. P. Neroznaka. Moscow: Academia, 267–279.

- Vezhbytskaia, A. (2001). *Ponimanie kultur cherez posredstvo kliuchevykh slov* [Understanding cultures through keywords]. Moscow: Yazyki slovia. kultury.
- Diakonova, O. V. (2013). Kontsept shchastia u virtualnomu dyskursi: potentsiinist chy realizovanist? [The concept of happiness in virtual discourse: potentiality or realization]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*. Vyp. 46(1), 506–514. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_46\(1\)__60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_46(1)__60) (data zvernennia: 10.02.2021).
- Zhabotynska, S. A. (2020). Narrativnyi multimediinyi kontsept: alhorytm analiza (na materyale Internet-memov o COVID-19). [The narrative multimedia concept: an algorithm for the analysis (internet-memes about COVID-19)]. *Cognition, communication, discourse*, 20, 92–117. URL: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home> DOI: 10.26565/2218-2926-2020-20-06 (data zvernennia: 10.02.2021).
- Zastrovskaya, S. O. (2010). Aktualizatsiia kontseptu RISIKO v sytuatsiiakh vyboru (na materialy nimetskoi movy). [Actualization of the concept RISIKO in situations of choice (on the material of the German language)]. *Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky*. Filolohichni nauky. Movoznavstvo. Lutsk, № 8, 83–86.
- Karasyk, V. Y. (2013). *Yazykovaia matrytsa kultury* [The linguistic matrix of culture]. Moscow: Hnozys.
- Kovalova O. (2020). Politychnyi dyskurs: suchasni linhvistychni interpretatsii. [Political discourse: modern linguistic interpretations]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. Vyp. 27, T. 2, 101–107. URL: http://www.afhn-journal.in.ua/archive/27_2020/part_2/16.pdf DOI: 10.24919/2308-4863.2/27.203531 (data zvernennia: 10.02.2021).
- Kolesov, V. V. (1999). *Zhyzn proiskhodyt ot slova...* [Life comes from the word...]. Sankt-Peterburgh : Zlatoust.
- Kompantseva, L. F. (2007). *Internet-komunikatsiia: kohnityvno-prahmatychnyi ta linhvokulturolohichni aspekty* [Internet communication: cognitive-pragmatic and linguo-cultural aspects] : avtoref. dys. ... d-ra filol. nauk : 10.02.02. «Rosiiska mova». Kyiv: [b. v.].
- Lutovynova, O. V. (2009). *Lingvokulturologicheskie kharakterystiki virtualnogo diskursa* [Linguocultural characteristics of virtual discourse]. Volhohrad: Yzd-vo VHPU «Peremena».
- Maslova, V. A. (2008). *Kognitivnaia lingvistika* [Cognitive linguistics]. 3-e izd., pererab. i dop. Minsk: TetraSystems.
- Pasyk, L. A. (2016). *Obiektivatsiia ta dyskursyvna profilizatsiia kontseptu PARTNERWAHL/VYBIR PARTNERA (na materialy nimetskoi movy)* [Objectification and Discursive Profiling of the Concept PARTNERWAHL (in German Language)]: dys. ... kand. filol. nauk: 10.00.04. Zaporizhzhia. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/02_2016/Pasyk_dis.pdf.
- Pymenova, M. V., Kondrateva, O. N. (2011). *Kontseptualnye issledovaniia* [Conceptual researches]. Vvedenie: ucheb. posobie. Moscow: Flinta: Nauka.
- Polonskyi, A. (2012). Mediia – diskurs – kontsept: opyt problemnoho osmysleniia [Media - discourse - concept: experience of problem thinking]. *Nauchnyi zhurnal. Sovremennyi diskurs-analiz*. Vyp. 6. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml> (data zvernennia: 15.02.2021).
- Poliuzhyn, M. (2015). Poniattia, kontsept ta yoho struktura. [Notion, concept and its structure]. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. Lutsk, № 4, 214–224.
- Popova, Z. D., Sternyn, I. A. (2010). *Kognityinaia linhgvistika* [Cognitive linguistics]. Moskow: AST: Vostok-Zapad.
- Prikhodko, A. N. (2013). *Kontsepty i kontseptosistemy* [Concepts and conceptual systems]. Dnepropetrovsk: SPD Belaia E.A.
- Prykhodko, A. M. (2008). *Kontsepty i kontseptosystemy v kohnityvno-dyskursyvni paradymy linhvistyky*. [Concepts and conceptual systems in cognitive-discursive paradigm of linguistics]. Zaporizhzhia: Premier.
- Radchenko O. V. (2012). Internet-komunikatsii yak zasib formuvannia demokratychnoho politychnoho dyskursu: skladovi ta osoblyvosti. [Internet communication as a means of forming a democratic political discourse: components and features]. *Aktualni problemy polityky*, Vyp. 47, 114–122.
- Stepanov, Yu. S. (2007). *Kontsepty. Tonkaia plenka tsyvylyzatsyy* [Concepts. A thin film of civilization]. Moscow: Yazyky slavianskykh kultur.
- Sheihal E. (2000). *Semyotyka polytycheskoho diskursa* [Semiotics of political discourse]. Volhohrad.
- Shkondyn, M. V. (2009). Peryodycheskaia pechat: systemnye osnovy typolohii. [Periodical printing: system bases of typology]. *Typolohyia peryodycheskoi pechati / pod red. M. V. Shkondyna*. Moscow: Aspekt-Press, 10–46.
- Shchypitsyna, L. Yu. (2011). *Kompleksnaia linhvistycheskaia kharakteristika kompiuterno-oposredovanoi komunikatsii (na materyale nemetskogo yazyka)* [Complex linguistic characteristics of

computer-mediated communication (based on the material of the German language)]: avtoref. dis. ... d-ra filol.nauk. Voronezh.

Bundesregierung.de URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/bulletin/regierungs-erklaerung-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-1746978> (data zvernennia: 15.02.2021).

Bundestag.de URL: <https://www.bundestag.de/services/suche?suchbegriff=Partner> (data zvernennia: 15.02.2021).

Duden. Die deutsche Rechtschreibung. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Partner> (data zvernennia: 10.02.2021).

Digitales Wörterbuch deutscher Sprache (DWDS). URL: <https://www.dwds.de/wb/Partner> (data zvernennia: 10.02.2021).

Woxikon. URL: <https://synonyme.woxikon.de/synonyme/partner.php> (data zvernennia: 10.02.2021).

УДК 811.112.2'34'37:82-92

THE PHONOSEMANTIC FEATURES OF PUBLICISTIC TEXTS (ON THE BASIS OF SPEECHES OF GERMAN-SPEAKING POLITICIANS) ФОНОСЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ПОЛІТИКІВ)

Андрій РЕДЬКВА

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

anredka@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5375-6395

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.273-280>

The research is based on the analysis of phonemic combinations – the study of initial consonant combinations in German with a single method taking into account all the basic parameters of phonosemantics. The language sounds are connected to the non-sound imagery. The consciousness of speakers reflects the objectively existing patterns in a sound system of the language. Not only the reflections but also the facts of the speakers' consciousness are significant for the research. The paper is dedicated to the research of the German phonemic word combinations (e.g. phonesthemes [bl-], [br-], [dr-], [fl-], [fr-], [gl-], [gn-]..., the total number is 29 units), and the material of the research is speeches of German politicians (Angela Merkel and Joachim Gauck) and Austrian politicians (Alexander Van der Bellen and Heinz Fischer). For the research, a sample of 30 speeches of each politician, which embraced different topics, was conducted. The total number of the word usage was determined in every speech. The speeches bring up such subjects, which make an average citizen anxious, as "war", "economics", "culture" and "politics". The detected phonemic vocabulary was initially processed in separate speeches, and then this same phonemic vocabulary was processed in accordance with the topic to which a certain speech belongs. Then, speeches according to their subject, idea, and influence on a listener were grouped in relation to their emotional and connotative perception on the scale of "evaluation". They were divided into positive, negative and neutral. In the study, it was discovered which exactly the phonetic vocabulary is considered to be either positive or negative, and how it affects the perception of speech in general. It was also determined which phonesthemes are more commonly used in publicistic texts.

Key words: phonosemantics, sound symbolism, phonestheme, phonesthemic vocabulary, publicistic speech, emotional and connotative perception.

Статтю присвячено дослідженню фонемних сполучень слів (фонестем) німецької мови, зв'язку між звучанням і значенням початкових фонемних сполучень в німецькій мові та впливу фонестемної лексики на емоційно-конотативне сприйняття публіцистичних творів. Свідомість мовців відображає об'єктивно існуючі закономірності

в звуковій системі мови. Матеріалом для дослідження обрано промови політиків Німеччини (Ангели Меркель і Йоахіма Гаука) та Австрії (Александра ван дер Беллена і Гайнца Фішера). Для дослідження здійснено вибірку промов політичних діячів на різноманітну тематику з таких основних тем: “війна”, “економіка”, “культура”, “політика”. Для кожної тематичної групи було підраховано загальну кількість слововжитку та визначено фонестемну лексику. Виявлена фонестемна лексика спочатку оброблялася для кожної промови окремо, а потім відповідно до теми, до якої належить промова. Під час дослідження виявлено асоціативно-символічні значення досліджуваних фонестем, встановлено, як кількість фонестемної лексики впливає на сприйняття електоратом промов в цілому. Встановлено співвідношення між загальною кількістю слововживань та кількістю одиниць фонестемної лексики. Досліджено, які фонестеми частіше вживаються у публіцистичних текстах політиками Німеччини та Австрії.

Ключові слова: фоносемантика, звукосемантизм, фонестема, фонестемна лексика, публіцистичний текст, емоційно-конотативне сприйняття.

Вступ. Мовленнєвий процес є невід’ємною частиною людського життя. З народження мовленнєва діяльність людини починається зі звуків. З часом ці звуки людина використовує для творення слів, а за допомогою слів здійснюється комунікативний процес між людьми.

Майже всі галузі науки так чи інакше досліджують звуки. Але найактивніше такими дослідженнями займається така наука як фоносемантика. Найголовнішим завданням фоносемантики є дослідження звукозображальної системи мови, що відображає зв’язки між звуком і значенням, встановлення асоціативно-символічних значень звуків конкретної мови, що дозволяє з’ясувати ряд актуальних питань. Одним з таких питань є вивчення відповідності між звуковою і змістовою сторонами художнього тексту.

Ідея про зв’язок між звучанням та значенням слова бере початок ще з часів Давньої Греції, та варто зауважити, що цікавість науковців до питання взаємозв’язку між звучанням та значенням не послаблювалась протягом століть. Проблема звукозображувальності обговорювалась та обговорюється лінгвістами та філософами, психологами та літературознавцями.

Ще в давнину виникло питання про те, як народжуються слова, як даються імена предметам і явищам. Одні мислителі давнини вважали, що імена даються „за згодою“, цілком довільно, за принципом „як хочемо, так і назвемо“. Інші вважали, що назва певним чином відображає сутність предмета і є зумовленою для цього предмета заздалегідь, за принципом „кожному – за його властивостями“.

Давньогрецький філософ Платон вважає, що носії мови вільні у виборі назви предмета, але це не воля випадку. Свобода вибору обмежена властивостями предмета і властивостями звуків мови. На думку Платона, у мові є звуки „швидкі“, „тонкі“, „величезні“, „круглі“ і т.д. І є предмети „швидкі“, „тонкі“, „величезні“, „округлі“. Таким чином, „швидкі“ предмети отримують назви, що включають „швидкі“ звуки; „тонкі“ предмети – „тонкі“ звуки; „величезні“ предмети – „величезні“ звуки; „круглі“ предмети – „круглі“ звуки (Bova, 2001, с. 6-7).

В епоху Ренесансу ідею фоносемантики критикував Дж. Лок, який не бачив зв’язку між звуками та ідеями. У 18 ст. Г. В. Лейбніц не погодився з Дж. Локом

у деяких пунктах і визнав, що зв'язок між звуками та значенням не є абсолютно довільним. У 1836 році В. фон Гумбольдт розрізняв два види взаємозв'язку звуків і значення: ономотопея (імітація природних звуків та інших звуків) і звукосимволізм (*Biber, 2006*).

Припущення про наявність у звуків мови окремої власної семантики неодноразово робилися в історії людської думки: зокрема, цю ідею розвивав вже Михайло Ломоносов, що вказував у «Риторичі» (1748) на те, що слова, які на початку містять голосні звуки „e“, „i“, „йу“ більше підходять і повинні використовуватися для опису ніжних предметів, а ті слова, в котрих використовуються о“, „у“, „и“ – для опису речей, які можуть викликати страх (*Bova, 2001, с. 12-13*).

У 20 ст. фоносемантика була визнана галуззю лінгвістики, а її ідеї дали поштовх для безлічі різних досліджень та експериментів у молодих галузях мовознавства, таких як психолінгвістика, нейролінгвістика, когнітивна лінгвістика та інші. Предметом вивчення фоносемантики є звукозображальна система мови, у якій аналізуються зв'язки між звуком і значенням лексичної одиниці (*Aijmer, 2002, с. 38*).

Термін „фонестема“ вводить Дж. Фьорс (1930 р.), не даючи йому чіткого визначення, маючи лише здогадки про деякий семантичний чи експресивний характер звукопоєднань, які складають кореневу морфему. Ф. Хаусхолдер запозичив термін „фонестема“ і сформулював його як „фонему чи комплекс фонем, спільний для групи слів і який має спільний елемент значення чи функцію“ (*Aijmer, 2002, с. 56*). Розвиток теми відбувався в основному на американській території: Ю. Найда, Д. Болінджер, Дж. Смізерс, Б. Л. Уорф, Х. Марчанд, Л. Блумфілд та інші. Наприклад, англійська [gl-] у початковому положенні міститься у словах, які відносяться до чогось блискучого, сяючого, пов'язаного зі світлом: *glear, glim, glimmer, glint, glister, glitter, glamour, glory, gloss*. Таке ж співвідношення між поєднанням звуків та значенням можна знайти і в інших мовах (*Aijmer, 2002, с. 57*). Фонестеми здатні бути тим компонентом лексичної одиниці, який, володіючи певним експресивним зарядом, формує відповідну стилістичну маркованість тексту.

Іншим перспективним поглядом на цю проблему є дослідження синестезії, яке в психології трактується як явище сприйняття, коли при подразненні одного органу чуття виникають відчуття, характерні для іншого органу чуття. Одним з прикладів синестезії є поява, наприклад, смакових асоціацій від будь-яких слів та образів або здатність „чути“ звуки при спостереженні за предметами, що рухаються. На думку Ч. Осгуда, саме феномен синестезії слугує основою формування та розвитку метафоричних оцінок і уможливорює метод семантичного диференціалу (*Collins, 2009, с. 57*).

В кінці 1960-х років В. В. Левицький почав аналізувати співвідношення між суб'єктивним звукосимволізмом (як звуки впливають на психіку) та об'єктивним звукосимволізмом (зв'язок між звуками та значенням слів) і в кінцевому підсумку отримав результати щодо міжнародного характеру суб'єктивного звукосимволізму, з'ясувавши співвідношення між диференціальними ознаками фонем та її значенням (*Flach, 2020*).

У 1970-1980-х роках О. Журавльов довів, що слово – це єдність значення і звуку, та розробив закономірності, які допомагають автоматично визначити фонетичне значення слова, враховуючи, що перший звук слова в чотири рази більш інформативний, ніж інші, і те, що наголошений голосний вдвічі більш інформативний (Coates, 1983).

На даний момент проведено сотні експериментальних досліджень з фоносемантики. Здійснені психометричні вимірювання символічної значимості звуків багатьох мов. Це вагомий доказ того, що звуки конкретної мови несуть певну смислову інформативність. Проблема „звук-зміст“ та асоціативно-символічне значення початкових фонемних сполучень – фонестем, привертала увагу багатьох вітчизняних (С. В. Воронін, А. А. Калита, В. І. Кушнерик, В. В. Левицький, О. Б. Михальов та ін.) та зарубіжних (Л. Блумфілд, З. Ертель, Х. Марчанд, В. Мюс, С. Ульман, Б. Уорф, Е. Фенц, Дж. Фьорс, З. Харріс, Ф. Хаусхолдер, Е. Юнгер, та ін.) дослідників [4, с. 67]. Характерною рисою вивчення символічної значимості звуків мови є те, що все більша кількість досліджень проводиться з метою виявити суто психологічні кореляції між звучанням і значенням.

Методи дослідження. У нашому дослідженні ми використовуємо методи квантитативної лінгвістики. Головним методом квантитативної лінгвістики є лінгвостатистичний експеримент, спрямований на отримання кількісних характеристик певних мовних явищ. Проте, вивчення статистичних характеристик – це лише початок статистичного дослідження. Мета будь-якого статистичного дослідження полягає в тому, щоб на підставі чисел зробити змістовні висновки, які дозволяють глибше проникнути у природу досліджуваного явища (Flynn, 2012, с. 68).

Для цього використовують обрахунки критерію χ^2 -квадрат, за допомогою якого оцінюють незалежність у розподілі об'єктів сукупності за градаціями досліджуваної ознаки, відповідність між фактичним і теоретично очікуваним розподілами, а також однорідність розподілів (Collins, 2008). Цей критерій є розповсюдженою методикою перевірки статистичних гіпотез, за допомогою якого визначається наявність відповідностей або розходжень між розподілами частот спостережуваних величин. Серед отриманих результатів суми χ^2 беруть тільки ті, величина яких перевищує 3,84 ($\chi^2 > 3,84$). Проте, сума χ^2 дозволяє встановити лише наявність та відсутність зв'язку, але не її міру. Для визначення останньої використовують так званий коефіцієнт взаємної спряженості К (А. А. Чупрова).

Результати та обговорення. Метою нашої роботи є виявлення і дослідження зв'язку між звучанням і значенням початкових фонемних сполучень в німецькій мові та встановлення впливу фонестемної лексики на емоційно-конотативне сприйняття публіцистичних творів. Ми досліджуємо початкові фонемні сполучення слів (фонестеми типу [bl-], [br-], [dr-], [fl-], [fr-], [gl-], [gn-] ..., усього 29 одиниць) німецької мови, а матеріалом для дослідження стали промови німецьких (Ангели Меркель та Йоахіма Гаука) та австрійських (Александра ван дер Беллена та Гайнца Фішера) політиків.

Для дослідження було взято: 30 промов Ангели Меркель із загальною кількістю слововживань 51 075 слів (далі з.к.с.), 30 промов Йоахіма Гаука із з.к.с.

50 651 слово, 30 промов Александра ван дер Беллена із з.к.с. 50 894 слова та 30 промов Гайнца Фішера із з.к.с. 51 032 слова. У промовах Ангели Меркель було знайдено 2 956 одиниць фонестемної лексики (далі о.ф.л.), у Йоахіма Гаука – 2 992 о.ф.л., у промовах Александра ван дер Беллена – 2 979 о.ф.л., а в Гайнца Фішера – 2 961 о.ф.л.. Узагальнені дані подано в таблиці 1.

Промови політиків Німеччини були об'єднані такою тематикою: „війна“, „культура“, „політика“ та „економіка“. До кожної теми була виписана фонестемна лексика. Узагальнені дані подано в таблиці 2.

Промови політиків Австрії також були об'єднані за тематикою: „війна“, „культура“, „політика“ та „економіка“. До кожної теми була виписана фонестемна лексика. Узагальнені дані подано в таблиці 3.

Таблиця 1

Загальна кількість слововживань та одиниці фонестемної лексики у промовах

Ім'я політика	Загальна кількість слововживань	Одиниці фонестемної лексики
Ангела Меркель	51 075	2 956
Йоахім Гаук	50 651	2 992
Александр ван дер Беллен	50 894	2 979
Гайнц Фішер	51 032	2 961

Таблиця 2

Співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою

Тема:	А. Меркель з.к.с.	Й. Гаук з.к.с.	А. Меркель о.ф.л.	А. Меркель о.ф.л.
Війна	3 205	3 400	196	167
Культура	8 463	8 173	469	507
Політика	20 087	19 993	933	1 236
Економіка	15 830	15 884	1 132	869

Таблиця 3

Співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою

Тема:	Г. Фішер з.к.с.	А. ван дер Беллен з.к.с.	Г. Фішер о.ф.л.	А. ван дер Беллен о.ф.л.
Війна	3 162	3 361	183	154
Культура	8 116	8 402	487	426
Політика	20 322	20 101	918	1 076
Економіка	15 801	15 868	1 079	853

Промови за своєю тематикою, ідеєю, впливом на слухача, були згруповані щодо їх емоційно-конотативного сприйняття за шкалою „оцінки“. Вони були розділені на позитивні, негативні та нейтральні. Було визначено домінантні фонестеми для кожної групи, відповідну фонестемну лексику та асоціації, які вони викликають. Фонестеми володіють певним експресивним зарядом, що формує відповідну стилістичну маркованість тексту, тому нагромадження у тексті лексики з мажорною (позитивною) або мінорною (негативною) фонестемною лексикою сприяє продукуванню у слухача певної світоглядної ідеї.

Якщо порівняти дані з промов канцлера і президента, то ми зможемо спостерігати цікаве явище: співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою. Наприклад, до теми „культура“ у обох політиків віднесено вісім промов. У канцлера з.к.с. теми „культура“ становить 8 463, тоді як у президента – 8 173. Після підрахунку фонестемної лексики ми виявили 469 о.ф.л. у канцлера і 507 о.ф.л. у президента. У темі „економіка“ навпаки, при з.к.с. 15 830 у канцлера ми виявили 1132 о.ф.л., тоді як в президента з.к.с. – 15 884 і відповідно 869 о.ф.л.. Співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою ми можемо спостерігати у темах „війна“ та „політика“. У темі „війна“ з.к.с. становить 3 400, а кількість о.ф.л. – 167. У канцлера в даній темі такі показники – 3 205 з.к.с. та 196 о.ф.л.. Для теми політика показники становлять 19 993 з.к.с. та 1236 о.ф.л. у президента; 20 087 з.к.с. та 933 о.ф.л. у канцлера.

Порівнявши промови австрійських політиків, ми також спостерігаємо явище співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою. У Гайна Фішера з.к.с. теми «культура» становить 8 116, тоді як у Александра ван дер Беллена – 8 402. Після підрахунку фонестемної лексики ми виявили 487 о.ф.л. у пана Фішера і 426 о.ф.л. у пана ван дер Беллена. У темі «політика» навпаки, при з.к.с. 20 322 у Гайнца Фішера ми виявили 918 о.ф.л., тоді як в Александра ван дер Беллена з.к.с. – 20 101 і відповідно 1 076 о.ф.л.. У темах «війна» та «економіка» ми також спостерігаємо дане явище. У промовах теми «війна» пана Фішера з.к.с. становить 3 162, а кількість о.ф.л. – 183. У пана ван дер Беллена в промовах даної теми наступні показники – 3 361 з.к.с. та 154 о.ф.л.. Для теми «економіка» показники становлять 15 801 з.к.с. та 1 079 о.ф.л. у Гайнца Фішера; 15 868 з.к.с. та 853 о.ф.л. у Александра ван дер Беллена.

Отож, ми можемо спостерігати співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою. Щоб підтвердити існування співвідношення, що при більшій кількості загального слововжитку ми спостерігаємо меншу кількість фонестемної лексики, а при меншій кількості загального слововжитку спостерігається більша кількість фонестемної лексики, наявне у промовах політиків Німеччини, ми скористались методами квантитативної лінгвістики, а саме критерієм X^2 ($X^2 > 3,84$) та коефіцієнтом взаємної спряженості K (величини коефіцієнта взаємної спряженості можуть мати значення від 0 до +1, а значимість коефіцієнта залежить від величини X^2) (Collins, 2008). Результати експерименту подані в таблиці 4.

Таблиця 4

Статистично значущі критерії X^2 для промов політиків Німеччини

Тема:	Величини критерію X^2 та коефіцієнта взаємної спряженості K
Війна	$X^2= 4,12$; $K = 0,024$
Культура	$X^2= 3,93$; $K = 0,015$
Політика	$X^2= 41,51$; $K = 0,031$
Економіка	$X^2= 33,36$; $K = 0,032$

Для того, щоб підтвердити наявність співвідношення між загальною кількістю слововживань та фонестемною лексикою у промовах австрійських

політиків, також було використано критерій χ^2 та коефіцієнт взаємної спряженості К. Результати експерименту подані в таблиці 5.

Таблиця 5

Статистично значущі критерії χ^2 для промов політиків Австрії

Тема:	Величини критерію χ^2 та коефіцієнта взаємної спряженості К
Війна	$\chi^2= 4,35$; К = 0,025
Культура	$\chi^2= 6,12$; К = 0,018
Політика	$\chi^2= 13,63$; К = 0,018
Економіка	$\chi^2= 25,82$; К = 0,027

Таким чином, методи квантитативної лінгвістики підтверджують наявність співвідношення. Це явище можна пояснити тим, що у промовах з більшою кількістю загального слововжитку емотивний вплив фонестемної лексики втрачається серед нефонестемної лексики. А у промовах з меншою кількістю загального слововжитку промовець намагається здійснити емоційно-експресивний вплив сильніше і конкретніше, тому нефонестемна лексика поступається фонестемній, концентрація якої підвищується, і звукозabarвлення промови збільшується. Саме тому ми можемо спостерігати співвідношення між загальною кількістю слововжитку та кількістю фонестемної лексики, яке ми виявили під час нашого дослідження.

Висновки. Отже, порівнявши досліджені промови політиків Німеччини (Ангели Меркель та Йоахіма Гаука) та політиків Австрії (Александра ван дер Беллена та Гайнца Фішера), ми виявили домінантні фонестеми для кожної групи, відповідну фонестемну лексику та асоціації, які вони викликають. Встановили, що при більшій кількості загального слововжитку ми спостерігаємо меншу кількість фонестемної лексики і навпаки, при меншій кількості слововжитку ми спостерігаємо більшу кількість фонестемної лексики. Результати дослідження підтвержені методами квантитативної лінгвістики. Перспективою даного дослідження є порівняльний фоносемантичний аналіз публіцистичних текстів із іншими видами літературного тексту (проза, поезія). Також у перспективі доцільним видається дослідження звуко символічних властивостей фонестем у публіцистиці з урахуванням феміністичного фактору.

Список літератури

- Воронин С. В. Основы фоносемантики. Л. : Изд-во Ленинг. ун-та, 1982. 242 с.
 Воронин С. В. Фоносемантические идеи в зарубежном языкознании. Л. : Изд-во Ленинг. ун-та, 1990. 200 с.
 Журавлев А. П. Звук и смысл. 2-е изд., испр.и доп. М. : Просвещение, 1991. 160 с.
 Журавлёв А. П. Фонетическое значение. Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1974. 160 с.
 Левицкий В. В. Звуковой символизм. Основные итоги. Черновцы : Рута, 1998. 130 с.
 Левицкий В. В. Квантитативные методы в лингвистике. Винница : Нова книга, 2007. 264 с.
 Левицкий В. В. Семантические и фонетические связи в лексике индоевропейского праязыка. Опыт квантитативного анализа этимологического словаря : монография. Черновцы : Рута, 2008. 232 с.
 Шмелев А. Г. Введение в экспериментальную психосемантику. М. : Изд-во МГУ, 1983. 157 с.

References

- Voronin, S. V. (1982). *Osnovy fonosemantiki* (Avtoreferat doktorskoi dissertatsii). Leningrad: Izdatelstvo LGU.
- Voronin, S. V. (1990). *Fonosemanticheskie idei v zarubezhnom yazykoznanii*. Leningrad: Izdatelstvo LGU.
- Zhuravlev, A. P. (1991). *Zvuk i smysl*. Moskva: Prosveshchenie.
- Zhuravlev, A. P. (1974). *Foneticheskoe znachenie*. Leningrad: Izdatelstvo LGU.
- Levytskyi, V. V. (1998). *Zvukovoy simvolizm. Osnovnyie itogi*. Chernivtsi: Ruta.
- Levytskyi, V. V. (2007). *Kvantitativnyie metody v lingvistike*. Vinnitsa: Nova Knyha.
- Levytskyi, V. V. (2008). *Semanticheskiye i foneticheskiye svyazi v leksike indoyevropeyskogo yazika. Opyt kvantitativnogo analiza etimologicheskogo slovarya*. Chernivtsi: Ruta.
- Shmelev, A. G. (1983). *Vvedenie v eksperimental'nyu psihosemantiku*. Moscow: Izdatelstvo MGU.

УДК 811.111

PANDEMIC LEXIS IN THE MODERN ENGLISH MEDIA LANDSCAPE ЛЕКСИКА ПАНДЕМІЇ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА ПРОСТОРИ

Надія СКИБИЦЬКА

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

nadiya_skybytska@ukr.net

ORCID ID 0000-0002-7458-6978

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.280-288>

The outburst of the COVID-19 pandemic has brought forth replenishment of the Mass Media lexis. The paper aims at studying new word formation trends in the semantic field of COVID-19 in the English Media Landscape. The study of coinages connected with the coronavirus disease has the following goals: to determine ways of their word formation, word-building models and to single out their productive types.

Analysis of neologisms related to the coronavirus disease has shown that current limitations in people's social lives have a strong impact on their communication and on their choice of language means and tools in particular. New elements of on-line communication: innovations in paralinguistic means and stylistic neologization of the Internet discourse suggest the appearance of a new communicative genre.

New coinages associated with COVID-19 are divided into the three thematic groups. The first class includes medical terms that replenished common lexis and nominations, belonging to the regulations of people's lives; the second group is represented by lexical innovations of mundane character, which sometimes have their colloquial equivalents; the third category covers jocular words related to the topic of the coronavirus disease.

The findings of the investigation allow us to make a conclusion that the potential of telescoping, affixation, clipping and abbreviation as of major word-forming ways is retained, and that the role of compounding and composition in coining of split nominations (word combinations) is increasing. New mixed abbreviation types have been described, the emergence of their new derivatives has been registered. The data also show that English has become a donor for other languages providing terms-internationalisms (e.g. lockdown, sanitizer).

Semantic word formation on the material of coinages from the English Internet discourse is attested by metaphorisation of common lexis. Determinization of medical lexemes and processes of lexical units' migration between the different linguistic styles of English can be retraced.

Key words: neologism, abbreviation, blending, clipping, nomination, terminological system, determinization, internationalism, subgenre.

Спалах коронавірусу спричинив оновлення лексики засобів масової інформації. Статтю присвячено розгляду новітніх тенденцій творення неологізмів семантичного поля COVID-19 в англомовному медіапросторі. Дослідження новотворів, які пов'язані з коронавірусним захворюванням, спрямоване на виконання таких завдань: встановлення способів словотворення, словотвірних моделей та виділення їх продуктивних типів. Аналіз неологізмів, які стосуються теми коронавірусного захворювання, свідчить про активний вплив змін та обмежень, які мають місце в теперішньому соціальному житті людини, на її комунікацію загалом та на її вибір мовних засобів зокрема. Нові елементи он-лайн спілкування: інновації в паралінгвальних засобах та стилістична неологізація Інтернет дискурсу, дають підставу стверджувати про появу нового комунікативного жанру. Матеріал дослідження дозволяє зробити висновок про збереження потенціалу телескопії, афіксації, усічення та аббревіації як способів словотворення та про зростання ролі осново-/словоскладання у творенні розчленованих номінацій (словосполучень). Описано нові мішано аббревіатурні типи, відмічено виникнення нових похідних від них. Отримані дані вказують на те, що англійська мова стає донором для ін. мов, постачаючи їх термінами-інтернаціоналізмами (lockdown, sanitizer). Семантичне словотворення в неологізмах англомовного Інтернет дискурсу, що пов'язані з темою коронавірусного захворювання, представлене метафоризацією загальноновживаних слів. Простежується детермінація медичної лексики та процеси міграції лексичних одиниць між різними стилями сучасної англійської мови.

Ключові слова: неологізм, аббревіатура, скорочення, усічення, терміносистема, номінація, піджанр, детермінація, інтернаціоналізми.

Вступ. Вже майже рік мови світу переживають так званий неологічний бум. Вони поповнюються новотворами, що належать до лексико-семантичного поля COVID-19. Творення нових слів відбувається на тлі ін. активних процесів у мові: актуалізації певної лексики, переходу термінів до розряду загальноновживаної лексики, появи їхніх розмовних еквівалентів, переосмислення (та / або появи нових) значень слів, які вже існують. Все це продовжує викликати неабиякий інтерес з боку мовознавців. Актуальність цього дослідження зумовлене недостатнім вивченням проблеми та активним поповненням рядів лексем, які становлять об'єкт його аналізу.

Поява та поширення коронавірусу спричинили оновлення лексики засобів масової інформації. Зміни в нашому соціальному житті зумовили більш тісний симбіоз людини та комп'ютера. Опосередковане спілкування, яке може надати Інтернет, подекуди намагається замінити безпосередню комунікацію, живе спілкування. Особливо це відчутно в реаліях сьогодення. Дослідження мовознавців у цій сфері стосуються морфологічного та структурного аналізу новотворів (К. Акут, Р. Лоусон, Б. Нерліх, Р. Нордквіст, А. Хемптон), їхнього зіставного дослідження (Т. В. Весна, Т. В. Телецька, Л. Д. Хода), семантичного словотвору (Б. Нерліх, Дж. Карбонаро, Я. Серхан, К. Малік), появи нових графічних знаків (емотиконів та емодзі), які застосовуються у електронному спілкуванні.

Деякі лінгвісти, зокрема М. Кронгауз, вже говорять про появу нового мовного жанру «скрінлайф», який поєднує життя на екрані та комунікацію на екрані, є «екранною комунікацією» (*Бекмамбетов*, <https://www.youtube.com/>

watch?v=aSfik_W3Y8). Сам термін був започаткований режисером Т. Бекмамбетовим (Зайцева, 2012). До цього мовознавці виокремили як піджанр електронне письмо з низкою характерних для нього особливостей та зауважили, що «на сьогодні можна з упевненістю говорити про виникнення як особливої ще однієї форми спілкування – електронного письма, формою вираження якого є розмовна писемна мова, яка за структурними характеристиками суттєво відрізняється і від усної, і від писемної його форм» (Кронгауз, с. 46).

Об'єктом нашого вивчення є неологізми лексико-семантичного поля COVID-19 в англomовному Інтернет дискурсі. За предмет дослідження правлять способи словотворення та процеси, що лежать в основі формування термінів на позначення нових номінацій, спричинених спалахом та поширенням коронавірусу COVID-19, які засвідчені в медіапросторі. Новотвори в інформаційному просторі виникають переважно на основі англійської мови.

Нашою метою є дослідження основних тенденцій розвитку термінологічної лексики пандемії в сучасному англomовному інформаційному просторі. Завданнями, які диктує виконання поставленої мети, є встановити способи словотворення, словотвірні моделі англійських новотворів обраного лексико-семантичного поля, виділити їх продуктивні типи.

Методи дослідження. У процесі дослідження фактичного матеріалу застосовано елементи методу систематичного спостереження, описовий метод, метод аналізу та синтезу, метод лінгвістичного спостереження та компоненти методу порівняння.

Результати та обговорення. Умовно неологізми, які належать до лексем, пов'язаних із темою коронавірусного захворювання, можна поділити на такі тематичні групи: терміни медичні (*saturation, pandemic, observation, COVID-19* та його похідні). Ця група лексем є медичними термінами, які мігрують та поповнюють ряди слів загальноживаної лексики. Подібну тенденцію простежуємо й в сучасній українській мові: *сатурація, пандемія, обсервація*. Ці лексеми відомі зараз кожному українцю. До цієї ж групи можемо віднести терміни, які стосуються унормування нашого життя: *self-isolation* іменник та дієслово *self-isolate*, засвідчені також прикметники *self-isolated* та *self-isolating*; *quarantine, self-quarantine* (як іменник та дієслово), *self-quarantined* (прикметник); *social distancing, sanitizer, lockdown*, пор. укр. *самоізоляція, карантин, соціальна дистанція, локдаун*.

До другого типу слів належать неологізми побутової лексики, пов'язані з темою коронавірусного захворювання: *corona, Zoom* (пор. укр. *корона, Зум/зум*). Цей пласт лексичних одиниць включає різні регістри слів: розмовні варіанти та їх еквіваленти, які використовуються на письмі. Розмовні варіанти слів містять такі новотвори: *rona, Miss Rona, the roni virus, quaz* та *quazza* (австралійський розмовний відповідник *quarantine*) та *iso (isolation)*, “*Miley Cyrus*” (відповідник коронавірусного захворювання, який використовується в говірці Кокні), пор. укр. *корона, ковідка, карантинка, карантинити, перекарантинити, зумитись, зазумитись, дистанційка, ковідарність, рос. корона, удалёнка, дистанционка, ковидло*.

Третя група лексем містить неологізми, жартівливі, ігрові слова, що належать до «коронавірусної» лексики. Їхня поява є результатом прагнення людини зменшити стрес від вимушених змін в її соціальному житті та від

постійної загрози COVID-19 для її здоров'я та благополуччя її рідних та близьких. Тут мова з її інструментарієм постає певною мірою механізмом, який дозволяє мовцеві впоратися з труднощами в реальному житті. Так, маємо *covidiot* на позначення людини, яка нехтує новими встановленими правилами соціальної поведінки, не дотримується протоколу соціального дистанціювання й таким чином сприяє поширенню коронавірусного захворювання. Збірний іменник-неологізм *coronials* уживається для називання дітей, які буди народжені або зачаті під час пандемії. Створений він за аналогією до так званих *millennials*, *мілленіалів*, покоління затятих індивідуалістів, та позначає покоління, яке прийде їм на зміну. До цієї ж групи також належать *doomscrolling*, *quaranteams*, *zoombombing*, *infodemic*.

Проаналізуємо способи творення неологізмів «коронавірусної» лексики. Нові номінації, що пов'язані з темою коронавірусного захворювання, в Інтернет-дискурсі є наслідками як морфологічного, так і семантичного словотворення. Можемо простежити основні способи збагачення лексики мов морфологічним словотворенням: композицією, основоскладанням, афіксацією, юкстапозицією, аббревіацією, телескопією, які доповнюються калькуванням та запозиченнями.

Coronacation, *coronapocalypse*, *coronageddon* – нові терміни, утворені за допомогою телескопії. У морфологічній структурі вищезазначених неологізмів можемо виділити афіксоїд *corona*. Цим же способом утворені іменники *covidiot*, *coronavirus*, *corona* (утворений сполученням *coron* й *coronavirus* та є синонімом до *covidiot*), *covexit*, *locktail*, *coroneologism*, *infodemic*. Останній з'явився у 2003 році під час епідемії SARS та увійшов до активного вжитку в 2019-2021 рр. завдяки своїй актуальності.

Основоскладання залишається поширеним способом творення нових термінів, що пов'язані з коронавірусним захворюванням. Так, маємо *coronababies*, *doomscrolling*, *caremongering* (за аналогією до *scaremongering*), *zoombombing*.

Рух із гаслом «Stop *scaremongering* and start *caremongering*!» виник в Індії зі спалахом пандемії коронавірусу. Його метою є допомогти найуразливішим групам людей: медикам (через високий ризик підхопити вірус) та бідним (через відсутність матеріальної бази та, відповідно, високий ризик зараження вірусом). Іменник *monger* походить від давньоанглійського *mangere*, купець, торговець (*Online Etymology Dictionary*). Усталеними складними іменниками з цією основою є *warmonger* (його поява датується 1580-ми рр.) та *fishmonger* (виник у середині 15 ст.). Іменник *scaremonger* з'явився у 1890-ті рр.

Zoombombing явище, коли зловмисники приєднуються до чужих відеочатів та демонструють в ефірі контент неприйняттого характеру, походить від назви відомого сервісу Zoom. Але вже засвідчені випадки його вживання для опису подібних практик й у ін. додатках (Skype та WebEx) (*Holmberg*). Отже, маємо випадок розширення семантичної структури неологізму *zoombombing*.

Rona, *iso* (усічена форма від *isolation*) утворені укороченням твірного слова, що є одним з проявів тенденції економії мовних зусиль. Ці неологізми поширені в австралійському варіанті англійської мови. *Iso* було названо словом року (*Graham*). В Австралії широко вживаються його похідні *iso bubbles*, *iso fashion* та *iso haircut*,

iso baking, iso waistline, iso kilos. Ці приклади неологізмів є багатокомпонентними термінами-словосполученнями, що позначають єдині цілісні поняття.

Ще один новотвір, який пов'язаний з темою COVID-19, *quaz/quazza* є усиченням іменника *quarantine*. Приголосний *r* в австралійському варіанті англійської мови замінив *z*. Цей регіональний варіант англійської мови в розмовному реєстрі використовує зменшувальні суфікси *-ie* / *-y*: *sanny* (*sanitizer*). Отже, простежуємо також афіксацію.

Сама назва захворювання COVID-19/Covid-19, *corona virus disease* є акронімом. Серед ін. абревіатур цього лексико-семантичного поля можемо виділити *WFH* (*working/work from home*), *PPE* (*personal protective/protection equipment*) та акронім *CARES Act* (*Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security Act*).

Композиція представлена такими новотворами: *Blursday* (у цьому неологізмі маємо інтерфікс *s*), *virtual happy hour*, *covideo party*, *quarantine and chill*, *corona trolls*.

Метафорою, як мовною універсалією, з властивою їй наочністю та можливістю викликати асоціації, широко послуговувались перші лідери країн, охоплених пандемією COVID-19. Коронавірус порівнювали з крайніми проявами екстремальних погодних умов: торнадо, вихорами, хурделицями, напр. *An epidemic is like a storm in more than the metaphorical sense. The Coronavirus Blizzard* (*Williamson*). Також боротьбу із захворюванням уподібнювали до воєнних дій (*Nerlich*). Президент Китаю Сі Цзіньпін після відвідин м. Ухань, охопленого пандемією, виголосив, що «China would have won the "people's war" against the coronavirus» (*Huaxia Xi Focus*).

Е. Макрон у відеозверненні з нагоди оголошення локдауну у Франції зауважив, що «Ми перебуваємо у стані війни» (*Rose and Lough*). До подібних алюзій також зверталися Б. Джонсон (*Johnson, 2020*), Д. Трамп (він називав себе «wartime president») та А. Меркель (*Merkel*).

Журналісти встановлювали паралелі між пандемією та образами звіра-чудовиська чи злочинності: «As coronavirus has invaded the world ... 'defend the city' against coronavirus.» (*Elena. Virus as Beast or Crime*) Так чи інакше, спільним є те, що всі вони несуть лихо та смерть, і майже не піддаються контролю.

К. Малік, британський письменник, спеціаліст з нейробіології у своїй статті «Like a moth to a flame, we're drawn to metaphors to explain ourselves», присвяченій метафорі, стверджує, що «Коронавірус є як фізичною загрозою, так і метафорою будь-чого починаючи з невдач глобалізації до загроз варварів» (*Malik*).

Використовуючи метафору такого роду перші особи прагнуть пробудити колективну свідомість, почуття обов'язку, особисту відповідальність у боротьбі з коронавірусним захворюванням. Разом з тим спеціалісти застерігають, що можливі й наслідки зворотного характеру: поширення паніки та страху. Лунають заклики уникати такого роду порівнянь, оскільки «воєнна метафора» у цьому випадку спрощує дуже складну ситуацію та спонукає до крайніх, нелогічних дій – накопичування запасів та панічного скуповування товарів (*Serhan*). Адже, цитуючи статтю К. Маліка, «У політичній та соціальній полеміці метафори перш за все є засобами окреслення питання та

формування ставлення людей до нього... і ми маємо приділяти особливу увагу метафорам, які використовуємо» (*Malik*). Натомість їх слід використовувати як інструмент стриманої, прихованої подачі неприємних новин чи явищ.

Яскравим прикладом цього є вислів “*flattening the curve*” та його синоніми *stretching, extending, pushing down, drawing out the curve / epidemic*, які вживаються в значенні «якщо нам вдасться відкласти, уповільнити, «знизити» пік епідемії на певний час та стримати «стрибок кількості» хворих від різкого підйому, медична система матиме час підготуватися до збільшення кількості пацієнтів, які потребуватимуть госпіталізації». Згодом фраза *flatten the curve* стала хештегом (*Twitter*).

Термін *cocooning*, процес створення кокона, консервація, виник в межах біології, зазнав метафоризації та почав використовуватися на позначення звички проводити більше часу вдома й менше поза її межами, певного варіанту самоізоляції, “*Staying at home as much as possible is sometimes called 'cocooning'*” (*Health Service*). У цьому випадку простежуємо процес амеліорації терміна, оскільки присутнє значення свідомої, відповідальної поведінки та обмеження соціальних контактів.

Поширений термін *elbow bump*, первинним значенням якого є: удар плечем або ж по плечу та/або пошкодження отримане в результаті цієї дії. В умовах пандемії COVID-19 люди намагаються уникати звичного рукостискання, тому жест удару ліктями замінив привітання та прощання. Наводимо приклад уживання неологізму *elbow bump*, а також ін. способів привітань, які автор подає жартома, з іронією (*Fiore*).

Наше дослідження новотворів лексико-семантичного поля COVID-19 було б неповним, якщо б ми не згадали «графічні неологізми», нові графічні знаки, які з’явилися зі спалахом коронавірусного захворювання: емодзі/емоджі, особливий вид емотиконів, піктограм. Вони використовуються в електронних повідомленнях, на веб-сторінках. Емодзі утворюють графічну мову поєднанням малюнків. Емотикони відрізняються від емодзі тим, що перші передають емоції за допомогою типографічних знаків, хоча певні символи емодзі-облич також належать до емотиконів. Серед емодзі, які стосуються здоров’я (*Broni*), поширеними при обговоренні теми COVID-19, є медична маска-емодзі (*Face with Medical Mask Emoji*) та мікроб-емодзі (*Microbe Emoji*).

Висновки. Проведене дослідження дозволяє нам зробити ряд висновків та узагальнень. Вивчення новотворів лексико-семантичного поля COVID-19 в англomовному Інтернет-дискурсі встановило вагомий вплив соціальних чинників сучасного суспільства: самоізоляції та ін. умов карантину на комунікацію, який знайшов своє відображення в численних неологізмах «коронавірусної лексики». Морфологічний аналіз показав, що нові номінації здебільшого є складними іменниками та дієсловами, рідше прикметниками.

Процес неологізації англomовного Інтернет-дискурсу відбувається переважно за рахунок власних морфологічних засобів. Серед способів вираженого словотворення провідними залишаються афіксація та телескопія. Помітною є тенденція до зростання ролі скорочень, які уможливають швидкий обмін інформацією за умови використання мінімуму знаків, при цьому

абревіатури постають одним із різновидів оптимізації мовного повідомлення. Основоскладання залишається продуктивним способом словотворення, воно зберігає свою релевантність не тільки у середньоанглійському та ранньоніовоанглійському варіантах англійської мови, а й на сучасному етапі її розвитку.

У семантичному словотворенні вагомою залишається роль метафоризації термінів інших галузей знання та загальноживаних слів, поповнення ряду інтернаціоналізмів термінами, які регулюють соціальне життя (*sanitizer, санітайзер, lockdown, локдаун*). Результати дослідження також вказують на певну детермінізацію лексики та процеси міграції лексичних одиниць між різними функціональними стилями однієї мови.

Інтернет простір надає нові можливості у використанні візуальних засобів для спілкування. Емоції та емоційні реакції знаходять графічне відображення на письмі у вигляді розділових та ін. графічних знаків (емотиконів, емодзі). Нові емодзі: медичної маски та мікроба дозволяють у графічний спосіб передати співчуття та підбадьорити співрозмовника, що є вкрай важливим при он-лайн спілкуванні, адже фізичні контакти є обмеженими умовами існування в пандемії COVID-19. Поява таких повідомлень з паралінгвальними засобами усного спілкування та стилістична неологізація Інтернет дискурсу дозволяє виокремити його у новий комунікативний жанр.

Список літератури

- Бекмамбетов Т. Скринлайф-кино: что это такое? URL: https://www.youtube.com/watch?v=-aSfik_W3Y8 (Дата звернення 06.02.2021).
- Зайцева С. В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації. Дослідження з лексикології і граматики української мови : зб. наук. праць. Дніпропетровськ, 2012. Вип. 11. С. 45–53.
- Кронгауз М. Максим Кронгауз: Как COVID-19 меняет русский язык. URL: <https://news.un.org/ru/audio/2020/06/1379652> (Дата звернення 06.02.2021).
- Broni K. Spread of the Coronavirus Emoji. URL: <https://blog.emojipedia.org/spread-of-the-coronavirus-emoji/> (Дата звернення 06.02.2021).
- Carbonaro J. Can we compare the COVID-19 pandemic to a world war? URL: <https://newseu.cgtn.com/news/2020-05-08/Can-we-compare-the-COVID-19-pandemic-to-a-world-war--Qhw25I9Fe/index.html> (Дата звернення 06.02.2021).
- Elena. Virus as Beast or Crime. URL: <https://publicinterest.org.uk/part-5-virus-beast-or-crime/> (Дата звернення 06.02.2021).
- Face with Medical Mask Emoji. URL: <https://emojipedia.org/face-with-medical-mask/> (Дата звернення 06.02.2021).
- Fiore M. The Elbow Bump ... and More. URL: <https://www.kqed.org/news/11806484/the-elbow-bump-and-more> (Дата звернення 06.02.2021).
- Graham J. 'Iso' named Australia's 2020 word of the year, beating coronavirus-related terms 'bubble' and 'COVID normal'. URL: <https://www.abc.net.au/news/2020-11-17/iso-is-the-australian-word-of-the-year-dictionary/12890260#:~:text=The%20Australian%20National%20Dictionary%20Centre%20has%20recognised%20the%20dominance%20of,was%20unrelated%20to%20the%20virus> (Дата звернення 06.02.2021).
- Health Service. Staying at home if you're at very high risk. Advice for people at very high risk from COVID-19. URL: <https://www2.hse.ie/conditions/coronavirus/cocooning/keeping-well.html> (Дата звернення 06.02.2021).
- Holmberg S. Zoombombing, Location Tracking, and Contact Tracing, Oh My! Data Privacy & Cybersecurity during the Covid-19 Pandemic. URL: <https://www.jdsupra.com/legalnews/zoombombing-location-tracking-and-13976/> (Дата звернення 06.02.2021).
- Huaxia Xi Focus: Xi vows to win people's war against novel coronavirus. URL: http://www.xinhuanet.com/english/2020-02/11/c_138771934.htm (Дата звернення 06.02.2021).

Johnson B. Prime Minister's statement on coronavirus (COVID-19): 17 March 2020 (Speech). URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-on-coronavirus-17-march-2020> (Дата звернення 06.02.2021).

Malik K. Like a moth to a flame, we're drawn to metaphors to explain ourselves. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/15/like-a-moth-to-a-flame-we-are-drawn-to-metaphors-to-explain-our-world> (Дата звернення 06.02.2021).

Merkel A. Coronavirus is Germany's greatest challenge since World War II. URL: <https://www.dw.com/en/merkel-coronavirus-is-germanys-greatest-challenge-since-world-war-ii/a-52830797> (Дата звернення 06.02.2021).

Microbe Emoji. URL: <https://emojipedia.org/microbe/> (Дата звернення 06.02.2021).

Nerlich B. Metaphors in the Time of Coronavirus. URL: <https://blogs.nottingham.ac.uk/makingsciencepublic/2020/03/17/metaphors-in-the-time-of-coronavirus/> (Дата звернення 06.02.2021).

Online Etymology Dictionary. URL: https://www.etymonline.com/search?q=monger&ref=searchbar_searchhint (Дата звернення 06.02.2021).

Rose M., Lough R. 'We are at war': France imposes lockdown to combat virus. URL: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-macron-restriction/we-are-at-war-france-imposes-lockdown-to-combat-virus-idUSKBN2133G5> (Дата звернення 06.02.2021).

Serhan Y. The Case Against Waging 'War' on the Coronavirus. URL: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/03/war-metaphor-coronavirus/609049/> (Дата звернення 06.02.2021).

Twitter. URL: <https://twitter.com/hashtag/FlattenTheCurve?src=hash> (Дата звернення 06.02.2021).

Williamson K. D. The Coronavirus Blizzard. URL: <https://www.nationalreview.com/magazine/2020/04/06/the-coronavirus-blizzard/> (Дата звернення 06.02.2021).

References

Bekmambetov, T. Skrinlajf-kino: chto eto takoje? URL: https://www.youtube.com/watch?v=-aSfik_W3Y8 (Data zvernennya 06.02.2021).

Zajtseva, S. V. Internet-spilkuvann'a jak nova forma mizhosobystisnoji komunikatsiji. Doslidzhenn'a z leksykologhiji s hramatyky ukrajins'koji movy: zb. nauk. prats'. Dnipropetrovs'k, 2012. Vyp. 11. S. 45–53.

Krongauz, M. Maksim Krongauz: Kak COVID-19 men'ajet russkij jazyk. URL: <https://news.un.org/ru/audio/2020/06/1379652> (Data zvernennya 06.02.2021).

Broni, K. Spread of the Coronavirus Emoji. URL: <https://blog.emojipedia.org/spread-of-the-coronavirus-emoji/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Carbonaro, J. Can we compare the COVID-19 pandemic to a world war? URL: <https://newseu.cgtn.com/news/2020-05-08/Can-we-compare-the-COVID-19-pandemic-to-a-world-war--Qhw25Ig9Fe/index.html> (Data zvernennya 06.02.2021).

Elena. Virus as Beast or Crime. URL: <https://publicinterest.org.uk/part-5-virus-beast-or-crime/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Face with Medical Mask Emoji. URL: <https://emojipedia.org/face-with-medical-mask/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Fiore, M. The Elbow Bump ... and More. URL: <https://www.kqed.org/news/11806484/the-elbow-bump-and-more> (Data zvernennya 06.02.2021).

Graham, J. 'Iso' named Australia's 2020 word of the year, beating coronavirus-related terms 'bubble' and 'COVID normal'. URL: <https://www.abc.net.au/news/2020-11-17/iso-is-the-australian-word-of-the-year-dictionary/12890260#:~:text=The%20Australian%20National%20Dictionary%20Centre%20has%20recognised%20the%20dominance%20of,was%20unrelated%20to%20the%20virus> (Data zvernennya 06.02.2021).

Health Service. Staying at home if you're at very high risk. Advice for people at very high risk from COVID-19. URL: <https://www2.hse.ie/conditions/coronavirus/cocooning/keeping-well.html> (Data zvernennya 06.02.2021).

Holmberg, S. Zoombombing, Location Tracking, and Contact Tracing, Oh My! Data Privacy & Cybersecurity during the Covid-19 Pandemic. URL: <https://www.jdsupra.com/legalnews/zoombombing-location-tracking-and-13976/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Huaxia Xi Focus: Xi vows to win people's war against novel coronavirus. URL: http://www.xinhuanet.com/english/2020-02/11/c_138771934.htm (Data zvernennya 06.02.2021).

Johnson, B. Prime Minister's statement on coronavirus (COVID-19): 17 March 2020 (Speech). URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-on-coronavirus-17-march-2020> (Data zvernennya 06.02.2021).

Malik, K. Like a moth to a flame, we're drawn to metaphors to explain ourselves. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/15/like-a-moth-to-a-flame-we-are-drawn-to-metaphors-to-explain-our-world> (Data zvernennya 06.02.2021).

Merkel, A. Coronavirus is Germany's greatest challenge since World War II. URL: <https://www.dw.com/en/merkel-coronavirus-is-germanys-greatest-challenge-since-world-war-ii/a-52830797> (Data zvernennya 06.02.2021).

Microbe Emoji. URL: <https://emojipedia.org/microbe/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Nerlich, B. Metaphors in the Time of Coronavirus. URL: <https://blogs.nottingham.ac.uk/makingsciencepublic/2020/03/17/metaphors-in-the-time-of-coronavirus/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Online Etymology Dictionary. URL: https://www.etymonline.com/search?q=monger&ref=searchbar_searchhint (Data zvernennya 06.02.2021).

Rose, M., Lough, R. 'We are at war': France imposes lockdown to combat virus. URL: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-macron-restriction/we-are-at-war-france-imposes-lockdown-to-combat-virus-idUSKBN2133G5> (Data zvernennya 06.02.2021).

Serhan, Y. The Case Against Waging 'War' on the Coronavirus. URL: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/03/war-metaphor-coronavirus/609049/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Twitter. URL: <https://twitter.com/hashtag/FlattenTheCurve?src=hash> (Data zvernennya 06.02.2021).

Williamson, K. D. The Coronavirus Blizzard. URL: <https://www.nationalreview.com/magazine/2020/04/06/the-coronavirus-blizzard/> (Data zvernennya 06.02.2021).

УДК 811.111 [22+37] (045)

**COVID-19 AS MEME GENERATOR: PANDEMIC NEWSPEAK
INFLUENCING MEME CREATION
COVID-19 ЯК ГЕНЕРАТОР MEMІВ: ВПЛИВ НОВОТВОРІВ ЕПОХИ
ПАНДЕМІЇ НА MEMОТВОРЕННЯ**

Олександра ЧЕРНІКОВА

Київський національний лінгвістичний університет

raimetyaro@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-0299-1106

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.288-297>

The article is focused on meme-generating trends related to the COVID-19 pandemic, continuing a string of papers published on the issue of meme definition, classification and analysis. Based on modern European, American and Ukrainian research, this study is aimed at describing, analyzing and illustrating the influence of the COVID-19 pandemic and its 'newspeak' on memes generated in 2020-2021 by the general public. Memes are a prominent part of communication and are defined as the main unit of cultural transgression or succession. Despite the definition of meme being vague and non-consistent in various language studies, the idea of its semantic 'capacity' remains the same. The article redefines the notion of 'meme generator' suggested in previous papers and analyzes the fundamental works of scholars pertaining to modern memes. The author suggests a timescale of the COVID-19 pandemic in memes and illustrates the changing public morale and attitude of society to the unprecedented situation. Several examples of memes have been given to showcase their cultural specifics. The results have shown that the current COVID-19 pandemic has made a profound impact on meme generation during 2020-2021, as well as analyzed the change of public opinion during this period through memes. This study offers multiple prospects, such as further research on the influence of current events on meme generation, cognitive studies of notions having appeared with the 'new normal' and their influence on English language memes generated on the

daily basis, and gives prospects for a further study focused on memes, their history, variety and function in modern culture.

Key words: meme, semiotics, COVID-19 pandemic, neologisms, newspeak.

Статтю присвячено новим можливостям генерації мемів, що відкрилися завдяки пандемії COVID-19 у світі. Дослідження продовжує серію наукових праць, присвячених проблемі визначення, типологізації та аналізу мемів. Наукова розвідка ґрунтується на сучасних європейських, американських та українських дослідженнях і направлена на опис, аналіз та підбір ілюстративного матеріалу, що висвітлює вплив пандемії COVID-19 та відповідних лексичних новотворів на меми, створені у 2020-2021 роках. Меми залишаються важливим елементом сучасної комунікації та визначаються як основна одиниця культурної трансгресії. Хоча усі визначення мемів недостатньо чіткі та різняться у різних лінгвістико-семантичних традиціях, ідея семантичної "ємності" мема незмінна. У статті надано переосмислене поняття "генератора мемів", згадане у попередніх публікаціях на цю тему, проаналізовано фундаментальні праці, що стосуються сучасних мемів. Авторка статті пропонує розглядати меми, породжені пандемією COVID-19, у відповідній часовій шкалі, та ілюструє зміну суспільних настроїв та відношення людей до такої безпрецедентної ситуації. Приклади мемів, наведені у статті, розкривають культурну специфіку генерації мемів в умовах коронакризи. Результати показують, що пандемія COVID-19, яка відбувається наразі, має глибокий вплив на створення мемів у 2020-2021 роках. Крім того, у статті проаналізовано зміну настроїв у суспільстві під час цього періоду, що яскраво відображається у мемах цього часу. Дослідження передбачає широкі перспективи, насамперед подальші дослідження впливу поточних суспільних проблем на генерацію нових мемів, а також когнітивні дослідження понять, що з'явилися разом із "новою нормальністю" та їхній вплив на англійські меми, які створюються щодня. Крім того, це дослідження відкриває перспективи щодо подальшого вивчення мемів, їхньої історії, різноманіття та функції у сучасній культурі.

Ключові слова: мем, семіотика, пандемія COVID-19, неологізми, "новомова".

Вступ. Метою цієї наукової розвідки було дослідження впливу тривалої ситуації світової пандемії на генерацію мемів у сучасному Інтернет-просторі, а конкретніше, процесу проникнення "новомови" (newspeak) та ключових понять епохи коронакризи у меми, створені у 2020-2021 роках. Досягнення мети передбачало виконання низки завдань: 1) збір матеріалу дослідження (джерелом матеріалу слугували сайти-агрегатори мемів, а саме *knowyourmeme.com*, *ebaumsworld.com*, *memebase.cheezburger.com* тощо); 2) відбір мемів за ключовими словами *COVID-19*, *coronavirus*, *pandemic*, та оцінка їхньої кількості порівняно з загальною кількістю мемів, створених за період 2020-2021 рр.; 3) розподіл відібраних мемів за часом їхньої появи (періодизацію подано нижче); 4) пошук у мемах кожного періоду ключових слів-новотворів епохи пандемії (Alyeksyeyeva et al., 2020; Khoda, 2020; Piller et al., 2020; Vesna et al., 2020; Roig-Martin, 2020), детально описаних в основній частині статті; 5) аналіз трансформації ключових слів у мемах епохи пандемії в залежності від періоду 2020-2021 років, у який вони були створені.

З метою розкриття проблеми дослідження використано такі методи: метод лінгвістичного аналізу і синтезу, пошуковий метод, описовий метод, типологічний метод тощо.

Методи дослідження. Методика, застосована для дослідження впливу соціальних змін епохи пандемії на генерацію мемів, складалася з чотирьох етапів:

1) пошук серед мемів 2020-2021 років таких, що відповідають ключовим словам *COVID-19, coronavirus, pandemic*;

2) періодизація знайдених мемів за критерієм змін або нововведень під час епохи пандемії: перші згадки (кінець 2019 – початок 2020 року), всесвітня криза і докорінні зміни соціального життя (весна 2020 року), поступове звикання до "нової нормальності" (протягом 2020 року), поява перших вакцин і надія на краще (кінець 2020-початок 2021 року).

3) пошук у мемах, що відносяться до вказаних вище періодів, вербалізованих та невербалізованих (відображених візуально) ключових слів-новотворів та переосмислених слів, наявних у мові до епохи пандемії, а саме: *new coronavirus, Chinese virus, Wuhan, plague, WHO; COVID-19, quarantine, lockdown, flatten the curve, toilet paper crisis, stay-at-home, Italy, essential workers/employees, mask, sanitizer, social distancing; first/second/third wave, new normal, self-isolation, observation, statistics, lethality, testing, protection, curfew, distance learning; vaccine, vaccination, antivaxxer, vaccine passport* тощо;

4) аналіз відібраних мемів за частотністю вживання "пандемічних" новотворів та переосмислених слів, наявних у мові до епохи пандемії у різні періоди.

Результати та обговорення. Актуальність цього дослідження обумовлена двома вагомими причинами:

1. Інтерес до мемів у сучасних лінгвістичних дослідженнях не вщухає, адже меми, як у широкому, так і у вузькому сенсі цього терміна, залишаються однією з невід'ємних складових неформальної та напівформальної комунікації. Людське спілкування, що зачіпає різні соціальні та вікові групи, та у якому беруть участь бодай дві людини, завжди послуговується мемами – як загального ужитку, так і локальними. У семіотиці, когнітивній та прагмалінгвістиці, культурології, антропології, психології існують численні спроби визначення мема, його аналізу та класифікації (*Blackmore, 1999; Deacon, 1999; Díaz, 2013; Gleick, 2011; McNamara, 2011*).

2. Лінгвістична ситуація, що розгортається на тлі пандемії коронавірусу COVID-19, стала "супергенератором" мемів, тобто продукує тисячі нових мемів щодня, і ця тенденція лише набирає обертів (користуючись термінологією попередніх власних досліджень, можна назвати її *генератором мемів із надвисокою продуктивністю* (Chernikova, 2017). Наразі численні публікації, як наукові, так і науково-популярні, присвячено як новотворам епохи пандемії (Alyeksyeyeva et al., 2020; Khoda, 2020; Piller et al., 2020; Vesna et al., 2020), які наразі додані у найвідоміші словники англійської мови, наприклад, *Oxford English Dictionary* (2020), так і фіксації мемів, що виникають як реакція на ці новотвори та зміни у житті людей усього світу, викликані надзвичайною ситуацією (*Roig-Martin, 2020*).

Нагальність дослідження, що присвячене генерації нових мемів у часи карколомної зміни світу через пандемію, обумовлює його новизну, яка відображена як у матеріалі дослідження – меми, створені протягом 2020-2021 років, що відображають суспільну реакцію на пандемію COVID-19 – так і у аналізі еволюції цих мемів протягом визначеного періоду, а також понять, на основі яких вони продукуються.

Проблематика, що розглядається у статті, ґрунтується на базових дослідженнях, присвячених дефініції, класифікації та аналізу мемів (*Blackmore, 1999, 2000, 2001; Dawkins, 2006; Deacon, 1999; Díaz, 2013; Gleick, 2011; McNamara, 2011* та ін.), дослідженнях двох останніх років, присвячених лексичним новоутворенням (серед яких згадуються і меми) в епоху пандемії коронавірусу (*Alyeksyeyeva et al., 2020; Khoda, 2020; Piller et al., 2020; Roig-Martin, 2020; Vesna et al., 2020*), а також на власних дослідженнях авторки, присвячених типологізації та структурно-семантичному аналізу мемів. Це дослідження є продовженням серії публікацій, присвячених різнобічному аналізу мемів як лінгвосеміотичного явища.

Дослідження мема пройшло довгий шлях від найпершої згадки у праці Річарда Докінза "Егоїстичний ген" (2006, с. 192), де мем визначається як *основна одиниця культурної передачі або наслідування*. Таке базове визначення мема набуло розширення у численних працях (*Brodie, 2011; Blackmore, 1999, 2000, 2001; Marshall, 1998* тощо). Аналіз сучасних досліджень підтверджує, що мем розглядається як своєрідний елемент "геному" культури, що передається "вірусно", завдяки комунікації, генерується та розвивається, породжуючи нові численні меми.

Меми не народжуються з нічого: вони завжди базуються на джерелах виникнення, до яких можна віднести як культурні пам'ятки – літературні, драматургічні, документальні твори тощо, так і суспільні події та персоналії, що беруть у них участь. Після появи Інтернету як середовища розвитку мемів їхня генерація зросла у геометричній прогресії, адже розповсюджувати меми стало набагато легше. Суспільні, культурні тексти та явища, які породжують відомі меми, було запропоновано називати *генераторами мемів* (*Chernikova, 2016*). *Генератор мема* – явище культури або широко відома ситуація/персоналія, завдяки яким створюється та починає своє «життя» у комунікаційному просторі новий мем.

Під *продуктивністю* генератора мемів розуміється "здатність культурного явища (кінотексту) породжувати меми, які не лише залишаються у свідомості людини, але й продукують нові меми" (*Chernikova, 2016*). Ступені продуктивності генераторів мемів розглянуто у табл.1, де наводиться розподіл на п'ять ступенів відповідно до оригінальності та часу існування згенерованих мемів.

Таблиця 1

Ступені продуктивності генераторів мемів

Наднизька	Соціально-культурне явище не породжує довготривалих мемів через відсутність рис, що запам'ятовуються, або через неоригінальність чи низьку якість культурного продукту
Низька	Соціально-культурне явище породжує 1-2 відомих мемів, які, ймовірно, не затримуються на хвилі популярності
Середня	Соціально-культурне явище породжує до десятка відомих мемів, деякі з яких залишаються в ужитку протягом тривалого часу та трансформуються
Висока	Соціально-культурне явище породжує більше десяти відомих мемів, які вживаються протягом років та трансформуються
Надвисока	Соціально-культурне явище породжує десятки відомих мемів, які залишаються в ужитку протягом довгого часу та трансформуються, інколи багаторазово.

Таким чином, сучасна ситуація з пандемією коронавірусу в світі є генератором мемів з надвисокою продуктивністю, оскільки це явище створило десятки тисяч нових мемів, які продовжують створюватися щодня у великій кількості, як свідчить агрегатор мемів *Know Your Meme*. Наявність мемів про пандемію, що продукуються у геометричній прогресії, іронічно перегукується з поняттям "вірусності" мема, яке пояснює принцип його розповсюдження та еволюції (Brodie, 2011).

Загалом меми, створені завдяки пандемії коронавірусу, можна розподілити як у часовій шкалі (від появи до сьогодні), так і за основними поняттями, що з'явилися завдяки цій надзвичайній ситуації та втілювалися у лексичних новотворах усіма мовами світу, але передусім – англійською мовою.

Якщо говорити про часову "еволюцію" мемів, присвячених пандемії, то її можна зобразити за допомогою приблизної шкали основних подій, які відображалися у мемах протягом 2020-2021 років (Табл. 2).

Таблиця 2

Еволюція ключових понять, задіяних у "пандемічних" мемах, та відображене у них ставлення до ситуації

Часовий період	Ключові поняття	Ставлення
Кінець 2019 – лютий 2020 року	"Новий коронавірус", Китай, Ухань, "чума 21 століття" тощо	Іронічне, жартівливе
Весна 2020 року	COVID-19, карантин, "вихід на плато" (англ. <i>flatten the curve</i>), "залишайся вдома" (англ. <i>stay at home</i>), Європа, Італія, "працівники життєво важливих сфер" (англ. <i>essential workers</i>), медичні маски, антисептики (англ. <i>sanitizer</i>), соціальна дистанція, локдаун тощо	Безвихідь, перехід від іронії до жаху через невтішні новини, від віри у "двотижневий карантин" до розуміння, що ситуація найближчим часом не зміниться.
Протягом 2020 року	"Нова нормальність" (англ. <i>new normal</i>), хвилі, самоізоляція, обсервація, дезінфекція, статистика захворюваності, смертність, тести (ПЛР та ІФА), засоби захисту, закриття кордонів, зонування країн, комендантська година, робота з дому, дистанційне навчання тощо	Поступове звикання до "нової нормальності", повернення іронічного ставлення до ситуації, гумористичне відображення життя та роботи в умовах, що склалися.
Кінець 2020–2021 рік	Вакцини, вакцинація, "антиваксери" (англ. <i>antivaxxers</i>), "ковід-паспорти"	Надія на краще, віра у перемогу над пандемією за допомогою вакцинації/недовіра щодо вакцин

Слід зауважити, що ключові слова та зміни у ставленні до ситуації з COVID-19 наведено усереднено, без відображення національних особливостей коронакризи (на кшталт відмінностей в США та Україні тощо). Оскільки меми, що розглядаються у цьому дослідженні, англомовні, поява новотворів та зміна ставлення до ситуації теж скоріше відповідає особливостям пандемії в англомовних країнах, насамперед США.

Для кращого розуміння, як саме відображалися у мемах події, пов'язані з пандемією коронавірусу у 2020-2021 роках, наведемо кілька ілюстрацій.

Меми періоду кінця 2019-початку 2020 року свідчать про жартівливе та несерйозне ставлення до пандемії, що на той час лише починає набирати оберти. Наприклад, мем у Рис.1 під назвою *Corona-chan*:



Рис. 1 Corona-chan

У цьому мемі, на наш погляд, міститься квінтесенція жартівливого та іронічного ставлення, що домінувало на початку пандемії, коли COVID-19 був відомий лише як "китайський коронавірус" (англ. *Chinese coronavirus*). Ілюстрація подає коронавірус у вигляді дівчини, намальованої у стилі аніме, у національному китайському вбранні та з китайським прапором; її зачіска символізує смертельний вірус, поєднуючи схематичне зображення вірусу під мікроскопом та череп – символ смерті. Пляшка пива "Corona" у дівчини в руках натякає на гру слів ("корона-вірус" та "Корона" – різновид пива), так само, як і вербальне відображення цього мема (*Corona-chan*, де *chan* означає японське звертання до маленької дівчинки або товаришки, що його часто використовують в аніме).

У наступних ілюстраціях відображено жартівливе відношення до COVID-19 як до явища, що відбувається десь у Китаї та ймовірно не зачепить решту світу, а також іронізування щодо того, як наприкінці другого десятиріччя кожного століття ставалися масові епідемії (Рис. 2).

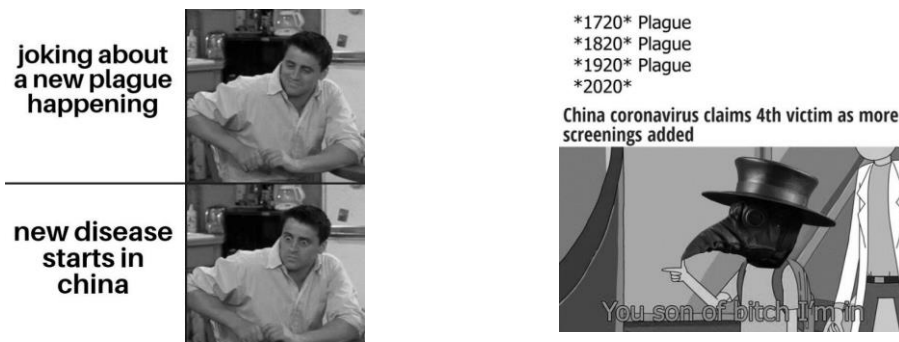


Рис.2 Іронічні "коронавірусні" мемі кінця 2019 – початку 2020 року

Починаючи з лютого 2020 року, можна спостерігати початок більш серйозного ставлення до ситуації, особливо після того, як "новий вірус" поширився на Європу, і весь світ був змушений скористатися китайською практикою запобігання розповсюдженню захворювання.

У Рис. 3 проілюстровано відношення до працівників життєво важливих сфер (англ. *essential workers/employees*) як до потенційних смертників та "супергероїв", які жертвують собою заради суспільства.

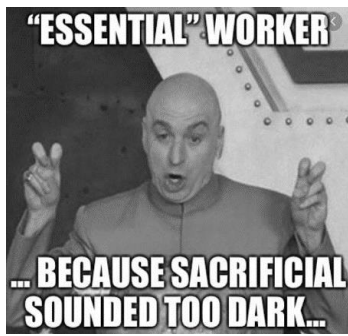


Рис. 3 Працівники життєво важливих сфер

Наступна ілюстрація (Рис. 4) відображає ставлення до обмежень на початку пандемії: надія на те, що кількатижневий карантин допоможе здолати коронавірус, висміювання людей, які ігнорують обмеження, накладені урядом на всі сфери суспільного життя.



Рис. 4 Залишайся вдома

Проте з часом пандемія та пов'язані з нею карантини починають здаватися безкінечними, особливо це стосується людей, які працюють та навчаються з дому.

Наступні ілюстрації (Рис. 5) містять меми, які показують втому людей від обмежень, бажання повернутися до нормального життя та роздратованість урядом та тривалими локдаунами:

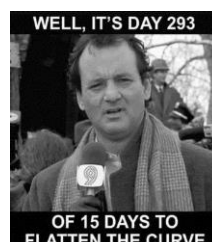


Рис. 5 Безкінечність, втрата орієнтації у часі

Деякі меми іронізують над "новомовою" (newspeak), що з'явилася і поширилася за часів пандемії. У наступній ілюстрації йдеться про два специфічних поняття, пов'язаних із життям під час коронакризи: *doomscrolling* ("перегляд невтішних новин, від якого важко відірватися") та *zoombombing* ("несанкціоноване втручання у конференцію, що відбувається на платформі Zoom") (Рис. 6). Обидва меми яскраво показують, як люди, особливо молодь,

призвичаїлися до життя в умовах пандемії, оскільки такі новотвори навіть не потребують пояснення.



Рис. 6 "Doomscrolling" та "Zoombombing"

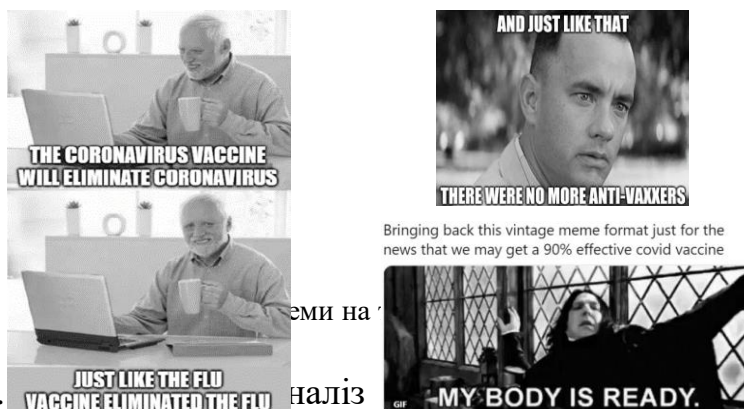
Проте певні аспекти життя у нових умовах широко висміювалися навіть навесні 2020 року, наприклад, так звана "*The Great Toilet Paper Crisis*" (Велика криза туалетного паперу).

Меми на Рис. 7 відображають певну абсурдність та нелогічність поведінки багатьох людей на початку пандемії, наприклад, панічне скуповування базових речей, а саме туалетного паперу.



Рис. 7 "Велика криза туалетного паперу"

Переходячи до останнього періоду (кінець 2020 – початок 2021 року), слід зауважити, що у мемах цих місяців здебільшого відображено ставлення суспільства до вакцинації проти коронавірусу. Меми на тему вакцинації можна умовно поділити на "провакцинаторські" та "антивакцинаторські": багато людей радо очікують можливості отримати вакцину та зменшити вірогідність захворіти, натомість інші не довіряють уряду, медицині або самим новоствореним вакцинам. Рис. 8 відображає обидві сторони цього "протистояння" мемів.



Висновки. Аналіз мемів на тему вакцинації дозволяє дійти таких висновків: 1) світова пандемія COVID-19 виявилася "супергенератором" мемів, про що свідчить аналіз базового матеріалу дослідження: більшість розглянутих мемів (понад 60%) за період 2020-2021 років

присвячена саме "коронакризовій" тематиці; 2) усі розглянуті мему "коронакризової" тематики містять вербальне або невербальне посилення на новотвори епохи пандемії або слова, що набули лексичного розширення у період 2020-2021 рр.; 3) аналіз мемів "коронакризової" тематики, розподілених за періодами (кінець 2019 – початок 2020 рр.; весна 2020 р.; протягом 2020 р.; кінець 2020 – початок 2021 р.) показує зсуви у вербальному та невербальному відображенні новотворів та слів, що набули лексичного розширення у названий період: так, у першому періоді більш поширеними виявилися поняття *plague*, *Chinese virus*, *new coronavirus* тощо; у другому періоді – поняття *COVID-19*, *lockdown*, *mask*, *sanitizer*, *essential worker/employee* тощо; у третьому періоді – поняття *new normal*, *testing*, *distance learning*, *doomscrolling*, *Zoom* тощо; у останньому періоді – поняття *vaccine*, *antivaxxer*, *vaccine passport* тощо. Аналіз підтверджує, що мему є своєрідним "барометром" суспільних настроїв під час кризи та яскраво відображають навіть найдрібніші деталі "нової реальності", яка докорінно змінила життя людей у 2020-2021 роках. Детальний аналіз віддзеркалення докорінної зміни суспільства у мемах потребує більшого формату, тому у перспективах дослідження запланована лексико-семантична та/або когнітивна розвідка, що стосуватиметься аналізу концептів, пов'язаних із лексичними новотворами пандемії 2020-2021 років.

Список літератури

- Весна Т. В., Телецька Т. В. Лексичні інновації періоду коронавірусної пандемії. Записки з романо-германської філології. Вип. 1 (44). 2020. С. 82–89. DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1\(44\).210998](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1(44).210998).
- Дьолог О. С. Інтернет-мем як сучасна комунікативна одиниця. Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 2016. С. 24–27.
- Помірко Р. С., Кіпень С. В. Аномальні принципи формування полікодового тексту. Нова філологія, 2013. № 57. С. 70–73.
- Хода Л. Д. Мова реклами в часи пандемії коронавірусу COVID-19 (на матеріалі українських та словацьких текстів). "Південний архів" (філологічні науки). 2020. С. 130–134. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2020-82-22>.
- Циховська Е. Д. Інформаційні віруси: картина як інтернет-мем. Актуальні проблеми іноземної філології. 2013. № 8. С. 152–158.
- Чернікова О. І. Генератори мемів у англomовному культурному просторі. Наук. записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Філологічна" : зб. наук. праць. Острог : Вид-во нац. ун-ту "Острозька академія", 2016. С. 251–254.
- Шереметова В. С. Інтернет-мем как лингвистический феномен. Научное сообщество студентов : материалы VI Междунар. студенч. науч.–практ. конф., 2015. № 20. С. 97–101.
- Alyeksyeyeva I. O., Chaiuk T. A., Galitska E. A. Coronaspeak as Key to Coronaculture: Studying New Cultural Practices Through Neologisms. International Journal of English Linguistics. Vol. 10. No. 6, 2020. P.202–212. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p202>.
- Blackmore S. Evolution and Memes: The human brain as a selective imitation device. Cybernetics and Systems, 2001. № 3. P. 19–38.
- Blackmore S. The meme machine. Oxford : Oxford University Press, 1999. 258 p.
- Blackmore S. The Power of Memes. Scientific American. 2000. № 4. P. 52–61.
- Brodie R. Virus of the mind. The new science of the Meme. California : Hay House, 2011. 256 p.
- Dawkins R. The selfish gene. Oxford : Oxford University Press, 2006. 360 p.
- Díaz C. Defining and characterizing the concept of Internet Meme. CES Psicología, 2013. № 2. P. 82–104.
- Deacon T.W. Memes as signs. The semiotic review of books. Vol. 10 (3), 1999. URL: <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/srb/10-3edit.html>.

- Gleick J. What defines a meme? *Smithsonian magazine*, 2011. URL: <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/what-defines-a-meme-1904778/?no-ist=&c=y%3Fno-ist&page=2>.
- Marshall G. The Internet and Memetics. *Principia Cybernetica*, 1998. № 1. P. 52–58.
- McNamara A. Can we measure memes? *Frontiers in evolutionary neuroscience*. Vol. 3. 2011. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3118481>.
- Piller I., Zhang J., Li J. Linguistic diversity in a time of crisis: Language challenges of the COVID-19 pandemic. De Gruyter, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0136>.
- Roig-Marin A. *English-based coroneologisms*. Cambridge University Press, 2020. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/english-today/article/englishbased-coroneologisms/99D6DA8CF3E953D1C3BC4B9EE574EE9C>.

References

- Vesna, T. V., & Teletska, T. V. (2020). Leksychni innovatsii periodu koronarivusnoii pandemii [Лексичні інновації періоду коронавірусної пандемії]. *Zapysky z romano-hermanskoii fiolohii*, 1(44) [Записки з романо-германської філології, 1 (44)], 82–89. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1\(44\).210998](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1(44).210998).
- Khoda, L. D. (2020). Mova reklamy v chasy pandemii koronavirusu [Мова реклами в часи пандемії коронавірусу]. *"South archive" (philological sciences)*, 130–134. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2020-82-22>.
- Chernikova, O. I. (2016). Heneratory memiv u anhlomovnomu kulturnomu prostori [Генератори мемів в англomовному культурному просторі]. *Nauk. zapysky Natsionalnoho universytety "Ostrozka akademiia"* [Наук. записки Національного університету "Острозька академія"], 251–254.
- Alyeksyeyeva, I. O., Chaiuk, T. A., Galitska, E. A. (2020) Coronaspeak as Key to Coronaculture: Studying New Cultural Practices Through Neologisms. *International Journal of English Linguistics*, 10 (6), 202–212. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p202>.
- Blackmore, S. (2001). Evolution and Memes: The human brain as a selective imitation device. *Cybernetics and Systems*, 3, 19–38.
- Blackmore, S. (1999). *The meme machine*. Oxford.
- Blackmore, S. (2000). The Power of Memes. *Scientific American*, 4, 52–61.
- Brodie, R. (2011). *Virus of the mind. The new science of the Meme*. California.
- Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Díaz, C. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *CES Psicología*, 2, 82–104.
- Deacon, T. W. (1999). Memes as signs. *The semiotic review of books*, 10(3). <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/srb/10-3edit.html>.
- Ebaumsworld (2021). *Ebaumsworld*. <https://www.ebaumsworld.com>.
- Gleick, J. (2011). What defines a meme? *Smithsonian magazine*. <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/what-defines-a-meme-1904778/?no-ist=&c=y%3Fno-ist&page=2>.
- Know Your Meme (2021). *KnowYourMeme*. <https://knowyourmeme.com/memes/events/covid-19-pandemic>.
- Marshall, G. (1998). The Internet and Memetics. *Principia Cybernetica*, 1, 52–58.
- McNamara, A. (2011). Can we measure memes? *Frontiers in evolutionary neuroscience*, 3. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3118481>.
- Memebase (2021). *Memebase*. <https://memebase.cheezburger.com>.
- Oxford English Dictionary (2021). The language of Covid-19: special OED update. In *Oxford English Dictionary*. <https://public.oed.com/webinars-and-events/the-language-of-covid-19>.
- Piller, I., Zhang, J., Li, J. (2020). *Linguistic diversity in a time of crisis: Language challenges of the COVID-19 pandemic*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0136>.
- Roig-Marin, A. (2020). *English-based coroneologisms*. Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/core/journals/english-today/article/englishbased-coroneologisms/99D6DA8CF3E953D1C3BC4B9EE574EE9C>.

УДК 811.111'37'255.4=161.2

TYPOLOGY OF PRECEDENT NAMES IN NEWSPAPER HEADLINES ТИПОЛОГІЯ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ІМЕН У ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ

Яна ЧУКУР, Наталія СУНЬКО

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

chukur.yana@chnu.edu.ua, n.sunko@chnu.edu.ua

ORCID ID 0000-0002-5237-9361

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.298-308>

The article is devoted to the study and analysis of precedent names of three cultural spheres ("Bible", "Literature", "Mythology") in newspaper headlines. The subject of the study is a typology of precedent names in newspaper headlines. The object of it is newspaper headlines of modern English-language periodicals. The purpose of this work is to study the precedent names and analyze features of their functioning in the newspaper headlines. The study material includes *Questia Online Library*, where the newspaper headlines with precedent names extracted from *The New Dictionary of Cultural Literacy* were investigated (350 precedent names that were used in 12189 newspaper headlines). In order to achieve the purpose of the work a comparative analysis of precedent names was conducted within three cultural spheres ("Bible", "Literature", "Mythology") and discourses in American and British periodicals (37 American and 27 British newspapers). A descriptive method, a comparative method and a method of quantitative calculations were used. Having substantiated the concept of precedent names and studying their features and functions, it was proved that they are known mainly to representatives of a certain linguocultural community, and some background knowledge is needed to understand them. In order to study precedent names, their quantitative distributions by cultural spheres, years and discourses were made. The study found that the group "Literature" is one of the most productive sources of precedent names. It was proved that in the headlines for 2015-2019 the most common precedent names are the names of the cultural sphere "Literature", and the least common - "Mythology". In addition, it was determined what precedent names are the most popular in English newspaper headlines and which ones are not often used.

Key words: precedent phenomenon, precedent statement, precedent situation, precedent text, linguocultural community, cultural sphere.

Статтю присвячено вивченню та аналізу прецедентних імен, що належать до трьох культурологічних сфер ("Біблія", "Література", "Міфологія"), в газетних заголовках. Об'єкт дослідження – газетні заголовки сучасних англomовних періодичних видань. Предметом дослідження є типологія прецедентних імен у газетних заголовках. Мета роботи полягає в дослідженні прецедентних імен та особливостей їх функціонування у газетних заголовках. Матеріал дослідження включає електронну бібліотеку *Questia Online Library*, де досліджено газетні заголовки (за 2015-2019 рр.), в яких використовуються прецедентні імена, виокремленні з культурологічного словника *The New Dictionary of Cultural Literacy* (350 прецедентних імен, що згадуються у 12189 газетних заголовках). Для досягнення поставленої мети здійснено порівняльний аналіз прецедентних імен за трьома культурологічними сферами ("Біблія" (біблійні постаті), "Література" (імена письменників та літературних героїв), "Міфологія" (міфічні боги, персонажі)) та за дискурсами в американських та британських періодичних виданнях, що розміщені на сайті електронної бібліотеки (37 американських газет та 27 британських). Для дослідження використано такі методи, як описовий, зіставний та метод кількісних підрахунків. Обґрунтувавши поняття "прецедентні імена" та дослідивши їх ознаки та функції, доведено, що вони, як еталони культури, відомі переважно тільки представникам певної лінгвокультурної спільноти і для їх розуміння необхідні уже деякі фонові знання. Для вивчення прецедентних імен здійснено їх кількісні розподіли за культурологічними сферами та роками, а також проаналізовано частоту вживання імен в заголовках газет британського та американського дискурсів. У ході дослідження встановлено, що група "Література" є однією з найпродуктивніших джерел прецедентних імен. Також виявлено, що у заголовках за 2015-2019 рр. найчастіше використовували імена культурологічної сфери "Література", а

найменше – "Міфологія". Крім того, в результаті дослідження з'ясовано, які прецедентні імена частіше використовуються у газетних заголовках, а які – рідше.

Ключові слова: прецедентний феномен, прецедентне висловлювання, прецедентна ситуація, прецедентний текст, лінгвокультура спільнота, культурологічна сфера.

Вступ. Одним з найважливіших елементів будь-якого тексту є заголовок. Він не тільки несе певну інформацію, але й разом з тим містить певне емоційне забарвлення, яке й відіграє ключову роль. Останнім часом, згідно з дослідженнями мови ЗМІ, найпопулярнішим прийомом, що використовується при написанні газетних заголовків (далі ГЗ), стали інтертекстуальні посилання для розуміння яких недостатньо тільки знання мов, необхідні й фонові знання (*Киселева, Жаркова, 2017, с. 88*).

Прецедентні феномени (далі ПФ), зокрема прецедентні імена (далі ПІ), як один із їх типів, належать до фонових знань, що є стереотипними уявленнями, без знань про які думка, яку хотів донести автор, залишається незрозумілою. Тобто потреба вивчення ПІ у ГЗ зумовлена популярністю їх використання, тенденцією у змінах мови у ГЗ та відсутністю дослідження ПІ у ГЗ та їх класифікацій за останні роки.

ПФ та їх типи вивчали та описували у своїх роботах багато науковців, зокрема Ю. М. Великорода (2011), О. О. Ворожцова (2007), І. В. Захаренко (1997), О. А. Ільченко (2012), В. В. Красних (1997), Т. В. Крутько (2012), О. М. Назаренко (2019), І. В. Сахарук (2011), Н. О. Сунько (2015), Н. Kelly-Holmes (2000), L. Mikos (2000), K. Richardson (2000) та інші. Проте суспільство і, відповідно, мова постійно розвиваються, змінюється культурна свідомість, що чітко відображається у ГЗ, які, як відомо, мають величезний вплив на читачів і саме тому потребують подальшого вивчення.

Запропоноване дослідження має на меті виокремити ПІ, проаналізувати їх вплив на читача у ГЗ, здійснити порівняльний аналіз ПІ у ГЗ за культурологічними сферами ("Біблія", "Література", "Міфологія") та в міждискурсній площині в американських та британських періодичних виданнях за 2015-2019 рр.

Методи дослідження. Для дослідження використано описовий метод, щоб охарактеризувати та класифікувати імена; зіставний метод – для порівняння вживання прецедентних імен у британських та американських газетних заголовках, а також для їх зіставлення за культурологічними сферами; для вивчення співвідношення прецедентних імен використано метод кількісних підрахунків.

Результати та обговорення. ПФ – це комбінації слів, фраз, що відомі більшості людям або представникам однієї нації чи в межах однієї соціальної групи; вони є частиною свідомості людини і без фонових знань про них комунікація є малоефективною (*Evenko, Klyukina, Shipovskaya, 2014, с. 608*). До основних властивостей ПФ належать унікальність, впізнаваність, відтворюваність та зрозумілість (*Колоїз, 2017, с. 142*). В. В. Красних виділяє такі типи ПФ: ПІ, прецедентна ситуація (далі ПС), прецедентний текст (далі ПТ), прецедентне висловлення (далі ПВ) (*Красних, 1997, с. 5*).

Пі – це індивідуальне ім'я, що пов'язане або з якимось відомим прецедентним текстом, або з ситуацією, що виступає як прецедентна. Пі використовується не тільки для позначення якоїсь особи – це своєрідний культурний знак. Отже, Пі – це біблійні постаті, імена реальних історичних осіб, літературних персонажів, персонажів міфів, тощо. Прикладом може бути *"Harry Potter"* чи *"Margaret Thatcher"* (Лобан, 2016, с. 119).

Далі розглядаються Пі (що виокремлені з культурологічного словника *The New Dictionary of Cultural Literacy* (Hirsch, 2005) і належать до трьох культурологічних сфер: "Біблія", "Міфологія", "Література") і ГЗ з Пі, досліджені на сайті онлайн-бібліотеки *Questia Online Library*.

Біблія – священна книга, що є найбільш відомою в англomовному світі. Вона важлива для розуміння багатьох моральних і духовних цінностей культури, саме тому біблійні постаті часто згадують у ГЗ.

Загальна кількість виокремлених Пі культурологічної сфери "Біблія" становить 54 одиниці, що згадуються у 3217 ГЗ. У 2015 році у ГЗ використано 34 Пі, 2016 – 33, 2017 – 35, 2018 – 37, 2019 – 30. З 2015 до 2019 р. 31 Пі згадується у британських газетних заголовках, 42 – у американських.

Наприклад, Пі "Cain" і "Abel" згадуються у ГЗ *Hollywood's Cain and Abel* (*Daily Mail (London)*, 12/10/17). Каїн і Авель – перші діти Адама і Єви. Каїн убив брата і причиною цього були заздрощі, тому сьогодні це ім'я часто вживається для позначення злої, заздрісної людини, що здатна зрадити навіть найріднішу людину. Даний ГЗ апелює до Каїна, щоб зобразити зраду брата.

Пі "Judas" у ГЗ *I'M NO JUDAS; McKinnon Defends His Sudden Move from Mortonto Falkirk* (*Daily Mail (London)*, 05/09/18) використовується як символ зради, оскільки Юда Симонів Іскаріот – апостол, один з учнів Ісуса, який потім його і зрадив.

У ГЗ *WATCH: Hillary Clinton Compares Donald and Melania Trump to 'Corrupt' King Ahab and Prostitute Jezebel* (*The Examiner (Washington, D.C.)*, 25/10/19) Пі "Jezebel" апелює до жорстокої королеви Ізраїлю, дружини царя Ахава, що намагалася вбити Іллю та інших пророків. Це ім'я вживається для позначення підступної та безсоромної жінки.

Ще одним прикладом може бути Пі "Pontius Pilate" у ГЗ *Is It a Pontius Pilate Act?* (*Liverpool Echo (Liverpool, England)*, 29/01/17). Понтій Пілат – римський правитель Юдеї. Пілат не вважав Ісуса винним і хотів звільнити його. Проте під тиском натовпу в Єрусалимі Пілат засудив його на смерть, але спершу він помив руки, щоб показати, що не несе відповідальності за долю Ісуса. Пі у цьому ГЗ відсилає нас до згаданого вчинку Понтія, щоб викликати у читача відповідні асоціації, засудити вчинок комісара поліції (про що буде написано у самій статті) і привернути увагу.

У ГЗ *Lazarus Eats Fern and Ashitaba?* (*Manila Bulletin*, 07/02/16) використовується Пі "Lazarus", що нагадує про те, як Ісус повернув до життя чоловіка, який уже чотири дні пролежав у труні. Отже, можна зробити висновок, що дане Пі використовується для позначення дивовижного одужання.

Ілля – пророк Старого Завіту, що виступав проти поклоніння ідолам і якого називають твердиною пророків. У ГЗ *What If Elijah Had Been on Instagram?* (*Daily*

Herald (Arlington Heights, IL), 23/08/19) ПІ "Elijah" змушує читачів згадати про боротьбу пророка за істинну віру.

У ГЗ *Why Teabags Are the Work of Lucifer! As Britons Vote Them One of the Greatest Inventions, QUENTIN LETTS Says Banish the Bags – and Bring Back the Teapot (DailyMail (London), 09/06/17)* ПІ "Lucifer" відсилає читача до історії про Люцифера – головного противника Бога, злого та підступного. У даному контексті це ПІ виступає символом усього світового зла.

Мойсей – пророк, що вивів євреїв з єгипетського полону, відомий також тим, що отримав Десять заповідей Бога (записаних на кам'яних скрижалях). ПІ "Moses" у ГЗ *MILIBAND AND HIS TABLET OF SCORN; Labour Leader Mocked for 'Acting like Moses' over 8ft Stone Monument for No10 (Daily Mail (London), 04/05/15)* апелює до Десяти заповідей, отриманих Мойсеєм для того, щоб передати, які асоціації викликають у людей записи на камені.

У ГЗ *This Crisis Needs the Wisdom of Solomon, Not Bluster of Trump (DailyMail (London), 12/08/17)* ПІ "Solomon" (Соломон – один з царів Ізраїлю, що славився своєю могутністю та мудрістю; період його правління вважається часом розквіту та миру) відсилає читача до часів правління Соломона, символізує його мудрість та справедливість.

Отже, найбільше ПІ культурологічної сфери "Біблія" (37 одиниць) було використано у 2018 році. Крім того, ПІ цієї культурологічної сфери (2015-2019 рр.) частіше згадувались у американських ГЗ, рідше – у британських.

Первісні народи прагнули пояснити природу і весь світ довкола себе, і завдяки цьому виникли міфи – історії про створення світу і всього суцього. Міфологія – це невід'ємна частина сучасної культури і ПІ даної культурологічної сфери часто використовуються у ГЗ.

У дослідженні було розглянуто 86 ПІ культурологічної сфери "Міфологія", що згадувались у 2970 ГЗ. У 2015 році у ГЗ використано 60 ПІ, 2016 – 56, 2017 – 52, 2018 – 56, 2019 – 55. Якщо проаналізувати кількісний розподіл ПІ за дискурсами, то 65 ПІ згадувалось і в британських газетних заголовках, і в американських.

У грецькій міфології Амур – це бог кохання. Його часто зображують як крилатого хлопчика, що стрілами вражає людей в серце, викликаючи кохання. У ГЗ *Cupid Takes His Shot at This International Couple (The Florida Times Union, 12/06/16)* ПІ "Cupid" використовується як символ любові, неземного кохання.

У ГЗ *Named for Roman God of War, Mars Isn't Very Kind to Visitors (Telegraph - Herald (Dubuque), 24/11/18)* ПІ "Mars" апелює до грецького та римського бога війни, що відомий завдяки своїй жорстокості, і це порівняння допомагає читачу краще уявити умови життя на Марсі - планеті, названій на честь бога війни.

Немезида – грецька богиня помсти, уособлення карі. У ГЗ *Ihan Omar: I Am Trump's 'Biggest Nemesis' (The Examiner (Washington, D.C.), 06/05/19)* ПІ "Nemesis" нагадує нам про богиню помсти і у даному контексті символізує неминучу кару, відплату.

У ГЗ *I Was an Adonis – but Steroids Were Ruining My Health; How One Body builder Took the Fight to Beat the Bullies Too Far (Liverpool Echo (Liverpool,*

England),05/11/19) використано ПІ "Adonis". Адоніс – це надзвичайно вродливий хлопчик, якого любила Афродіта, тому у цьому ГЗ Адоніс – це символ краси.

У ГЗ *Penelope, I'm Your Odysseus. Stalker Who Thought He Was Hero of Greek Myth* (Daily Mail (London),14/02/17) ПІ "Odysseus" відсилає нас до міфу про героя Одиссея (що після довгої подорожі рятує свою дружину Пенелопу від небажаних женихів) для того, щоб чітко продемонструвати мету сталкера (людини, що переслідує когось). Іншим прикладом може бути ПІ "Ulysses" у ГЗ *American Ulysses* (The Christian Science Monitor,04/10/16) (автор статті відсилає нас до міфу про цього героя для того, щоб наголосити на його подвигах і тривалих подорожах), оскільки Одиссей відомий ще під іншим ім'ям – Улісс.

Афродіта або Венера – грецька та римська богиня краси та кохання, родючості, весни та життя. У ГЗ *The Venus of America* (Daily Mail (London),13/05/16) використано ПІ "Venus" не для того, щоб розповідати про богиню, у даному контексті Венера – це символ краси.

Тор – бог грому і блискавок. У ГЗ *Eat a Week's Worth of Chris; What Chris Hems worth CONSUMES to Get a Thor-Some Physique* (The Observer (Gladstone, Australia),20/07/19) ПІ "Thor" відсилає читача до міфів про цього бога, нагадує про його силу та витривалість для того, щоб читач міг краще зрозуміти мету спортсмена. Отже, найбільше ПІ культурологічної сфери "Міфологія" (60 одиниць) було використано у 2015 році. Крім того, ПІ цієї культурологічної сфери (2015-2019 рр.) однаково згадувались і в американських, і в британських ГЗ (65 одиниць).

У дослідженні розглянуто 220 ПІ культурологічної сфери "Література" (віршовані і прозові першоджерела), що були використані у 6002 ГЗ. У 2015 році у ГЗ використано 110 ПІ, 2016 – 116, 2017 – 102, 2018 – 101, 2019 – 91. У британських ГЗ використано 128 ПІ, американських – 117.

У ГЗ *Shakespeare Twitter Is Wrong: Trump Isn't Macbeth and America Isn't Sinking* (The Examiner (Washington, D.C.), 22/01/19) ПІ "Macbeth" апелює до деспотичного короля, тирана, що тільки шкодить нації (Макбет – король Шотландії з 1040 до 1057 року, відомий як головний герой п'єси У. Шекспіра "Макбет").

Дон Жуан або дон Хуан – іспанський вельможа, легендарний розпусник. Історія цього беззаконника часто висвітлювалась багатьма письменниками. У ГЗ *How DID Kevin from Grimsby Become the Don Juan of the Dance Floor?*(Daily Mail (London), 15/04/19) ПІ "Don Juan" використовується для позначення не людини, а певних рис, що характерні літературному герою.

У ГЗ *Where Are the Adults? Peter Pan Generation Who Give Greta Grief Should Grow Up* (The Scotsman, 06/08/19) використовується ПІ "Peter Pan" як символ незрілого покоління, дітей, що не хочуть дорослішати (Пітер Пен – хлопчик, що втік з дому і живе на чарівному острові. Всі, хто потрапляє на його острів, назавжди залишаються дітьми).

Робін Гуд – герой англійських народних балад, що пізніше часто з'являється у багатьох літературних творах; це ватажок лісових розбійників, що грабував багатих, а здобич віддавав бідним. У ГЗ *We Need a Modern-Day Robin Hood to Redistribute Riches* (The Journal (Newcastle, England), 30/11/16) ПІ "Robin Hood" використовується як символ справедливості, яку так потребує народ.

III *"Tom Sawyer"* згадується у ГЗ А *'Tom Sawyer' Adventure; Kids May Soon Get to Set off along Hogans Creekin Handmade Boat (The Florida Times Union, 27/03/16)* для того, щоб, нагадавши читачам історію про пригоди Тома Соєра (Том Соєр – головний герой роману Марка Твена "Пригоди Тома Соєра"; хлопчисько, який, шукаючи пригоди, завжди потрапляє з друзями у халепи), допомогти їм краще зрозуміти мету подорожі, про яку детальніше написано у самій статті.

У ГЗ *Country Charm of Quiet Hamlet; Front Page Property (The Journal (Newcastle, England), 03/08/19)* використано III *"Hamlet"* (Гамлет – головний герой п'єси Шекспіра "Гамлет"; принц Данії, син колишнього короля і племінник короля Клавдія) як символ чогось загадкового.

III *"Captain Hook"* у ГЗ *Pick of the Pantos? Oh Yes It Is; and Who'd Have Thought the Long Haired Lover from Liverpool Would End Up as Captain Hook! (The Mail on Sunday (London, England), 25/11/18)* апелює до історії про Пітера Пена, що завжди боровся з капітаном Гаком. У даному ГЗ це III використано як символ жахливої смерті, адже врешті-решт капітан Гак загинув – його проковтнув крокодил.

У ГЗ *DRD 'RUN LIKE OLIVER TWIST' but Minister Denies Having 'Can I Have Some More' Attitude to His Budget (The Mirror (London, England), 10/06/15)* III *"Oliver Twist"* нагадує читачеві історію головного героя твору Чарльза Діккенса "Пригоди Олівера Твіста" для того, щоб порівняти міністра з цим літературним героєм і засудити його поведінку (Олівер Твіст – хлопчик, який, втративши матір, був збутий начальством з притулку за те що попросив добавки до обіду, переживає безліч пригод).

III *"Robinson Crusoe"* у ГЗ *NOW THAT'S SWITCHING OFF! He's a Modern-Day Robinson Crusoe Who Lives without Power, Plumbing or ANY Mod Cons – but Has Logs, Books and Peace Galore. His Girlfriend Couldn't Cope. But Could You? (Daily Mail (London), 02/05/19)* нагадує нам історію головного героя твору Данієля Дефо "Робінзон Крузо" (історія про моряка, що через аварію корабля був змушений жити на безлюдному острові багато років). III використовується автором для того, щоб краще передати спосіб життя чоловіка і привернути увагу читача.

Підбиваючи підсумок, варто зазначити, що група "Література" є одною з найпродуктивніших джерел III. Найбільше III цієї культурологічної сфери (116 одиниць) було використано у 2016 році. Крім того, III цієї культурологічної сфери (2015-2019 рр.) частіше згадувались у британських ГЗ, рідше – в американських.

Класифікація даних за роками демонструється на сайті онлайн-бібліотеки *Questia Online Library* (див. Рис. 1).

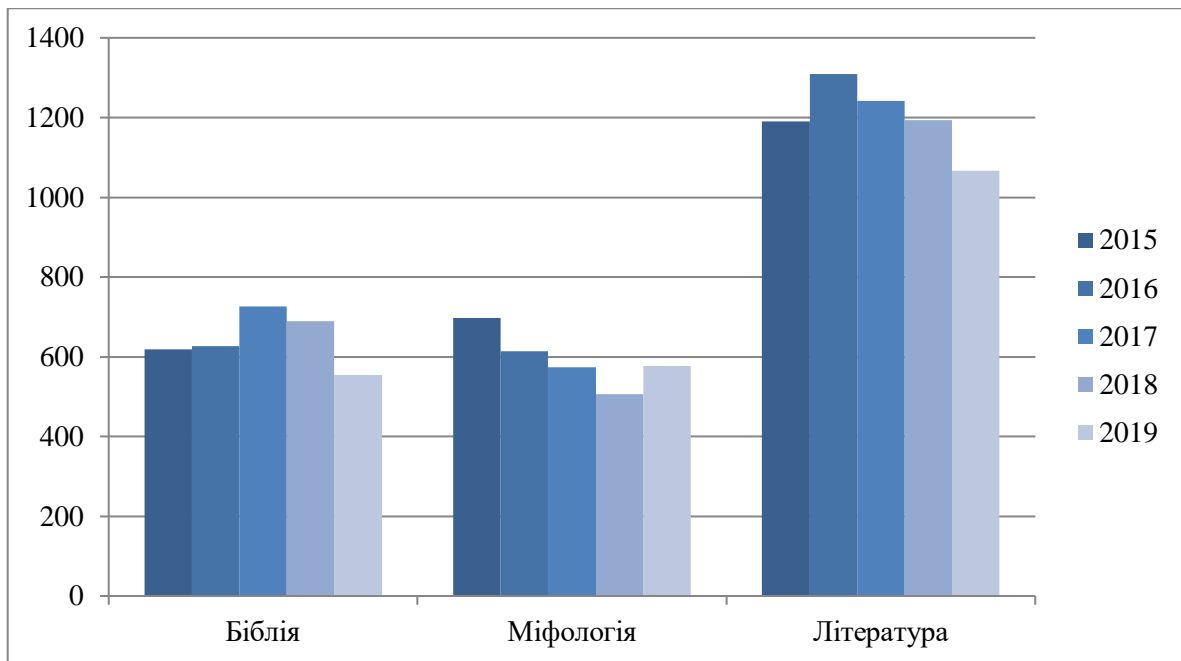


Рис. 1 Диференціація ПІ у ГЗ за роками

ПІ культурологічної сфери "Біблія" були використані у 3217 ГЗ: найбільше ГЗ з ПІ цієї культурологічної сфери було у 2017 році, а найменше – у 2019 році. Найуживаніші за досліджуваний нами період ПІ культурологічної сфери "Біблія" є "Christ" (519), "Jesus" (1247), "Moses" (284), "David" (118), "Solomon" (144).

ПІ культурологічної сфери "Міфологія" були використані у 2970 ГЗ. Таким чином, найбільше ГЗ з ПІ цієї культурологічної сфери було у 2015 році, а найменше – у 2018 році. Найпопулярніші ПІ за цей період: "Apollo" (350), "Nemesis" (224), "Jupiter" (204), "Pluto" (182), "Achilles" (137).

220 ПІ культурологічної сфери "Література" були використані у 6002 ГЗ: найбільше ГЗ з ПІ цієї культурологічної сфери було у 2016 році, а найменше – у 2019 році. Найчастіше використовували такі ПІ культурологічної сфери "Література": "Homer" (720), "Harry Potter" (696), "Virgil" (336), "Romeo" (318), "Hamlet" (220).

Взявши до уваги усі розрахунки, можна зробити висновок, що найчастіше у ГЗ використовували ПІ культурологічної сфери "Література", а найменше – культурологічної сфери "Міфологія".

Після дослідження диференціації ПІ у ГЗ за роками, було виокремлено ГЗ британських та американських видань для того, щоб дослідити дискурсивну диференціацію ПІ у ГЗ.

Загалом, з 12189 проаналізованих ГЗ, 5748 ГЗ належать британським виданням, а 4587 – американським (2015-2019 рр.).

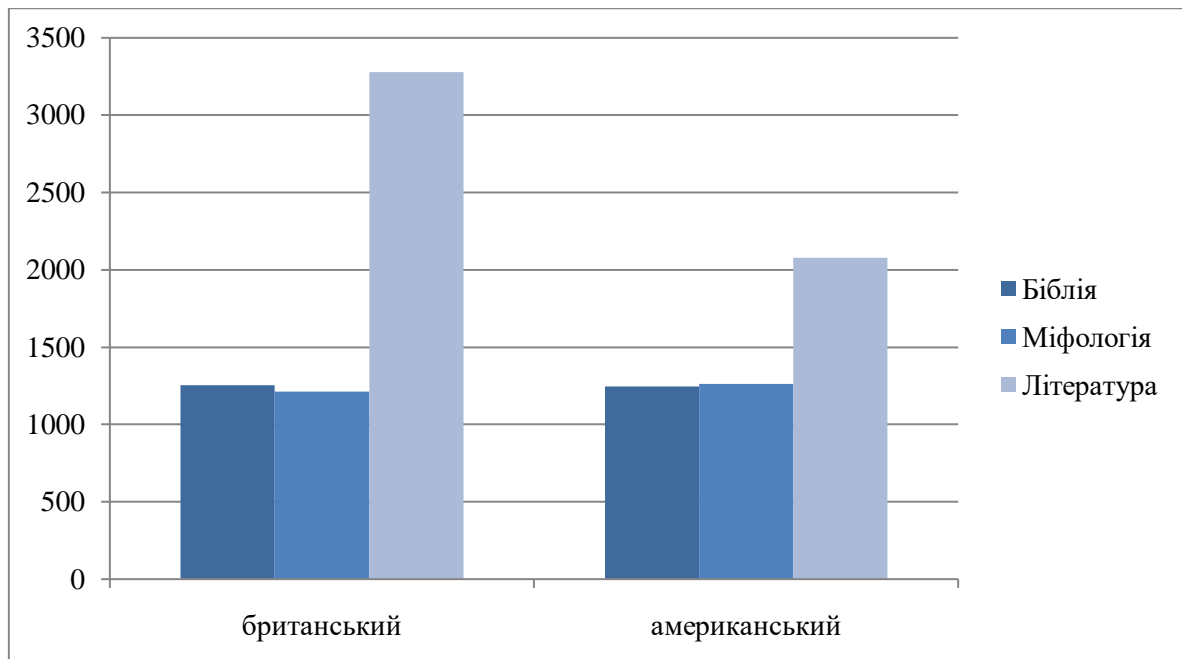


Рис. 2 Дискурсивна диференціація ПІ у ГЗ

Найуживанішими за досліджуваний період ПІ культурологічної сфери "Біблія" у британських газетах є "Jesus" (533), "Christ" (100), "Moses" (97); культурологічної сфери "Міфологія": "Apollo" (133), "Nemesis" (95), "Argus" (92); культурологічної сфери "Література": "Harry Potter" (463), "Virgil" (295), "Romeo" (200).

Найпопулярнішими ПІ серед заголовків американських газет культурологічної сфери "Біблія" є "Jesus" (395), "Christ" (322), "Moses" (114); культурологічної сфери "Міфологія": "Apollo" (182), "Pluto" (139), "Jupiter" (118); культурологічної сфери "Література": "Homer" (616), "Harry Potter" (164), "Hamlet" (99).

З викладеного можна зробити висновок, що ПІ частіше використовують у заголовках британських газет.

Висновки. Отже, проаналізувавши вживання ПІ у ГЗ, ми визначили, що автори газетних публікацій часто вдаються до використання ПІ у ГЗ як засобу атракції, тобто не тільки для того, щоб передати певну інформацію, а й для того, щоб додати заголовку експресивності і емоційності. Аналіз ПІ у ГЗ за роками (2015-2019 рр.) дозволив з'ясувати, що найбільше є ГЗ з ПІ культурологічної сфери "Література", далі – "Біблія" і найменше – "Міфологія". Причиною цього явища можна вважати те, що постаті, реалії художніх творів охоплюють і відображають всі сфери людського життя. Кількісний розподіл за дискурсами демонструє, що ГЗ з ПІ переважають у британських газетах, оскільки у них зберігається тенденція до експресивного викладу матеріалу; водночас американські ГЗ мають більше інформативний характер, їх основна мета – дохідливість і зрозумілість, тому лексичному наповненню нехарактерне значне емоційне забарвлення. Крім того, з 2015 до 2019 р. кількість ГЗ з ПІ зменшувалась, що уможливило висновок про те, що популярність ПІ досліджених культурологічних сфер падає, незважаючи на незначний підйом у 2016 р, адже саме тоді відбулись знакові події: обрання нового президента Америки Дональда Трампа, рішення Британії про вихід з

ЄС, серія терактів в Європі та ін. Саме ці події у цілому світі стали причиною того, що для віддзеркалення подій у 2016 році журналісти звернулися до ПІ з метою підвищення експресивності ГЗ. Використання ПІ в ГЗ і надалі залишається популярним засобом атракції публікацій, тому варто продовжити досліджувати ПФ інших сфер, які актуальні для сучасного читача. Перспективу дослідження також вбачаємо у використанні отриманих результатів для дослідження перекладацького аспекту вживання ПФ (зокрема, ПІ) у ГЗ і статтях.

Список літератури

Великорода Ю. М. Прецедентні феномени як засіб вираження постмодерністської художності в американському медіадискурсі (на матеріалі періодики). *Нова філологія: зб. наук. пр.* Запоріжжя : ЗНУ, 2011. № 46. С. 14–18.

Ворожцова О. А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских президентских выборов 2004 года : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.20 / Уральский государственный педагогический университет. Екатеринбург, 2007. 215 с.

Захаренко И. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов. *Язык, сознание, коммуникация*. Москва, 1997. № 1. С. 82–103.

Ільченко О. А. Прецедентність як ознака текстів сучасної преси (на матеріалі метафоричних словосполучень). *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди „Лінгвістичні дослідження”*. Харків, 2012. Вип. 34. С. 97–100.

Киселева Н. А., Жаркова Е. С. Прецедентные феномены в газетных СМИ малого и большого города. *Вестник ВГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2017. № 1. С. 88–90.

Колоїз Ж. В. Проект українського “Словника прецедентних феноменів”. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. Кривий Ріг : ФОП Маринченко С. В. 2017. Вип. 16. С. 139–160.

Красных В. В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований. *Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. / ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М. : Филология, 1997. Вип. 2. С. 5–12.*

Крутько Т. В. Прецедентні феномени у рекламному дискурсі (на матеріалі банерної реклами). *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки: Філологічні науки / відп. ред. Є. І. Гороть. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2012. № 6. С. 104–107.*

Лобан Т.В. Прецедентный феномен как объект исследования. *Вестник МДПУ імя І. П. Шамякіна*. Мазыр, 2016. №2 (48). С. 117–123.

Назаренко О. М. Типологія прецедентних газетних заголовків за походженням. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. Одеса : Міжнародний гуманітарний університет, 2019. № 38. Т. 3 С. 139–141.

Сахарук І. В. Типологія прецедентних феноменів у сучасному українському дискурсі. *Лінгвістичні студії : зб. наук. праць*. Донецьк : ДонНУ, 2011. Вип. 23. С. 197–203.

Сунько Н. О. Алюзія як маркер інтертекстуальності в англійськомовному газетному заголовку : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.04 / Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці, 2015. 227 с.

Evenko E. V., Klyukina Yu. V., Shipovskaya A. A. Representation of the national precedent phenomena in the social precedent texts (Based on English and Russian Texts of the Internet-Culture). *Vestnik TGTU*. 2014. Vol 20. № 3. P. 608–614.

Hirsch E. D., Kett J. F., Trefil J. The New Dictionary of Cultural Literacy: What Every American Needs to Know. Third Edition. Houghton Mifflin Company, New York, 2005. 648 p.

Kelly-Holmes H. Strong words softly spoken: advertising and the intertextual constructions of 'Irishness'. *Intertextuality and the media: from genre to everyday life / ed. by Ulrike H. Meinhoff and Jonathan Smith*. Manchester, New York : Manchester University Press, 2000. P. 18–42.

Mikos L., Wulff H. Intertextuality and situative contexts in game shows: the case of 'Wheel of Fortune'. *Intertextuality and the media: from genre to everyday life / ed. by Ulrike H. Meinhoff and Jonathan Smith*. Manchester, New York : Manchester University Press, 2000. P. 98–114.

Questia URL: <http://www.questia.com/> (дата звернення: 15.12.2020).

Richardson K. Intertextuality and the discursive construction of knowledge: the case of economic understanding. *Intertextuality and the media: from genre to everyday life* / ed. by Ulrike H. Meinhoff and Jonathan Smith. Manchester, New York : Manchester University Press, 2000. P. 76–97.

References

- Velykoroda, Yu. M. (2011). Precedentni fenomeni yak zasib vyrazhennia postmodernistskoi khudozhnosti v amerykanskomu mediadyskursi (na materiali periodyky) [A linguistic study of precedent phenomena in the discourse of the 2004 Russian and American presidential elections]. *Nova filolohiia: zb. nauk. pr. Zaporizhzhia*: ZNU.
- Vorozhova, O. A. (2007). *Lingvisticheskoe issledovanie precedentnykh fenomenov v diskurse rossijskikh i amerikanskikh prezidentskikh vyborov 2004 goda* [A linguistic study of precedent phenomena in the discourse of the 2004 Russian and American presidential elections]: dis. ... kand. fil. nauk: 10.02.20 / Ural'skij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet. Ekaterinburg.
- Zaharenko, I. V. (1997). Precedentnoe imya i precedentnoe vyskazyvanie kak simvol'y precedentnykh fenomenov [Precedent name and precedent statement as symbols of precedent phenomena]. *Yazyk, soznanie, kommunikaciya*, 1, 82–103.
- Ilchenko, O. A. (2012). Precedentnist yak oznaka tekstiv suchasnoi presy (na materiali metaforychnykh slovopoluchen) [Precedent as characteristic of the texts of modern press (based on the material of metaphorical word combinations)]. *Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni H. S. Skovorody „Linhvistychni doslidzhennia”*, 34, 97–100.
- Kiseleva, N. A., & Zharkova, E. S. (2017). Precedentnye fenomeni v gazetnykh SMI malogo i bol'shogo goroda [Precedent phenomena in newspaper media in small and large cities]. *Vestnik VGU. Seriya: lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya*, 1, 88–90.
- Koloiz, Zh. V. (2017). Proekt ukrainskoho “Slovnyka precedentnykh fenomeniv” [Project of the Ukrainian "Dictionary of precedent phenomena"]. *Filolohichni studii: Naukovyi visnyk Kryvorizkoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu*. Kryvyi Rih: FOP Marynchenko S. V., 16, 139–160.
- Krasnyh, V. V., & Izotov, A. I. (Ed.). (1997). Sistema precedentnykh fenomenov v kontekste sovremennykh issledovaniy [The system of precedent phenomena in the context of modern research]. *Yazyk, soznanie, kommunikaciya: sb. statej*. M.: Filologiya, 2, 5–12.
- Krutko, T. V., & Horot, Ye. I. (Ed.). (2012). Precedentni fenomeni u reklamnomu dyskursi (na materiali banernoj reklamy) [Precedent phenomena in advertising discourse (based on the banner advertisement)]. *Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky: Filolohichni nauky*. Lutsk : Volynskiy natsionalnyi universytet imeni Lesi Ukrainky, 6, 104–107.
- Loban, T. V. (2016). Precedentnyj fenomen kak ob'ekt issledovaniya [A precedent phenomenon as a study object]. *Vesnik MDPU imya I. P. SHamyakina*. Mazyr, 2 (48), 117–123.
- Nazarenko, O. M. (2019). Tipolohiia precedentnykh hazetnykh zaholovkiv za pokhodzhenniam [Typology of precedent newspaper headlines by origin]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia*. (Vol 3). Odesa: Mizhnarodnyi humanitarnyi universytet, 38, 139-141.
- Sakharuk, I. V. (2011). Tipolohiia precedentnykh fenomeniv u suchasnomu ukrainskomu dyskursi [Typology of precedent phenomena in modern Ukrainian discourse]. *Linhvistychni studii: zb. nauk. prats*. Donetsk : DonNU, 23, 197–203.
- Sunko, N. O. (2015). *Aliuziia yak marker intertekstualnosti v anhliiskomovnomu hazetnomu zaholovku* [Allusion as a marker of intertextuality in an English-language newspaper headline]: dys. ... kand. fyl. nauk: 10.02.04 / Chernivetskyi natsionalnyi universytet imeni Yurii Fedkovycha. Chernivtsi.
- Evenko, E. V., Klyukina, Yu. V., & Shipovskaya, A. A. (2014). Representation of the national precedent phenomena in the social precedent texts (Based on English and Russian Texts of the Internet-Culture). (Vol 20). *Vestnik TGTU*, 3, 608–614.
- Hirsch, E. D., Kett, J. F., & Trefil, J. (2005). *The New Dictionary of Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. Third Edition. Houghton on Mifflin Company, New York.
- Kelly-Holmes, H. (2000). Meinhoff U. H., Smith J. (Ed.). Strong words softly spoken: advertising and the intertextual constructions of 'Irishness'. *Intertextuality and the media: from genre to everyday*. New York: Manchester University Press.
- Mikos, L. & Wulff, H. (2000). Meinhoff, U. H., Smith, J. (Ed.). Intertextuality and situative contexts in game shows: the case of 'Wheel of Fortune'. *Intertextuality and the media: from genre to everyday life*. Manchester, New York: Manchester University Press.
- Questia Online Library. (2020). Retrieved from <http://www.questia.com>.

Richardson, K., Meinhoff, U. H., Smith, J. (Ed.). (2000). Intertextuality and the discursive construction of knowledge: the case of economic understanding. *Intertextuality and the media: from genre to everyday life*. Manchester, New York: Manchester University Press.

УДК 81'37

**THEMES OF AUTHOR'S NEOLOGISMS
IN HARRY POTTER SERIES BY J. K. ROWLING
ТЕМАТИКА АВТОРСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ
У РОМАНАХ ДЖ. К. РОУЛІНГ ПРО ГАРРІ ПОТТЕРА**

Марина ШЕМУДА

**Державний вищий навчальний заклад «Переяслав-Хмельницький
державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»**

shemuda_marina@ukr.net

ORCID ID 0000-0003-3692-2982

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.308-317>

One of the current issues in modern linguistics is the study of authorial neologisms, because language is considered to be a living dynamic system that is constantly evolving, changing, and the language of fiction is a rich source that serves as a basis for studying these changes. Our work is based on the definition proposed by O. O. Selivanova, according to which a neologism is a word or compound used by language in a certain period to denote a new or existing concept or in a new meaning and are perceived as such by native speakers. Neologisms belong to the passive vocabulary of the language, but over time they are assimilated by it and move to common vocabulary, losing their status as neologisms. Thus, the series of novels about Harry Potter is characterized by J. K. Rowling's terminology, which is innovative and unique, which is a feature of the author's idiosyncrasy. The aim of the article is to reveal the thematic features of the use of author's neologisms in J. K. Rowling's novels about Harry Potter. Research methods are: theoretical general scientific methods (generalization, induction and deduction); empirical-theoretical methods (analysis, synthesis, modeling, system method and classification method); method of linguistic observation and description. The analysis showed that the most productive way to create authorial neologisms in J. K. Rowling's novels about Harry Potter is word formation, because word formation is based on the principle of language economy. The themes of authorial neologisms in J. K. Rowling's novels about Harry Potter are broad, as they are used to denote everyday realities: magical objects, food and drink, currency, the names of academic disciplines at Hogwarts, holidays and games, and more. Author's neologisms are also words that denote ethnographic and mythological realities: ethnic and social communities and their representatives; deities, fairy-tale creatures. The author's neologisms in J. K. Rowling's novels about Harry Potter also include vocabulary that calls the realities of the world and nature: animals and plants, onomastic realities are anthroponyms: students, teachers, and toponyms: spells. Spells can be divided into two groups: spells in which Latin words are used; spells that use the magician's native language. Prospects for further research can be traced in the lexical-semantic and stylistic analysis of occasionalisms of the writer's works, both in individual works and in the implementation of a comprehensive analysis of the author's neologisms.

Key words: neologism, neologization, thematic direction, formation of neologisms, neologization in Harry Potter novel.

Одним із актуальних питань сучасної лінгвістики є дослідження авторських неологізмів, адже мова вважається живою динамічною системою, яка постійно розвивається,

змінюється, а мова художньої літератури є багатим джерелом, яке слугує основою для вивчення цих змін. За основу в нашій роботі взято визначення, запропоноване О. О. Селівановою, за яким неологізм – це слово чи сполука, використані мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття або в новому значенні й усвідомлюються як такі носіями мови. Неологізми належать до пасивного словникового складу мови, але з часом засвоюються нею й переходять до загальноживаної лексики, утративши свій статус неологізма. Так, цикл романів про Гаррі Поттера вирізняється термінологією Дж. К. Роулінг, яка є новаторська та унікальна, що слугує особливістю ідіостилю авторки. Метою статті є виявити тематичні особливості вживання авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера. Методами дослідження є: теоретичні загальнонаукові методи (узагальнення, індукції та дедукції); емпірико-теоретичні методи (аналіз, синтез, моделювання, системний метод та метод класифікації); метод лінгвістичного спостереження та опису. Проведений аналіз засвідчив, що найпродуктивнішим способом творення авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера є словоскладання, оскільки в основі словоскладання стоїть принцип мовної економії. Тематика авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера є широкою, адже вони вживаються для позначень побутових реалій: магичні предмети, їжа та напої, грошові одиниці, назви навчальних дисциплін у Гогвортсі, свята та ігри тощо. Авторськими неологізмами є також слова, які позначають етнографічні й міфологічні реалії: етнічні і соціальні спільноти та їх представників; божества, казкові істоти. До авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера також належить лексика, що називає реалії світу і природи: тварини та рослини, ономастичні реалії – це антропоніми: студенти, викладачі, а також топоніми: закляття. Закляття умовно можна розділити на дві групи: закляття, в яких використані латинські слова; закляття, в яких використана рідна мова чарівника. Перспективи подальших досліджень простежуються у лексико-семантичному та стилістичному аналізі оказіоналізмів творів письменниці, як в окремо взятих творах, так і у здійсненні комплексного аналізу авторських неологізмів Дж. К. Роулінг.

Ключові слова: неологізм, неологізація, тематичне спрямування, утворення неологізмів, неологізація в романах про Гаррі Поттера.

Вступ. Словниковий склад англійської мови, як і інших мов, постійно розвивається. Поява нових умов існування людини, нові стосунки між мовцями, нові галузі знань та концепції зумовлюють відповідні зміни у мові, які б відображали навколишню реальність та внутрішній світ мовця. Таким чином, з'являються нові слова, які називаються неологізмами й інтерпретуються як лексичні відповідники до змінених комунікативних умов.

Одним із актуальних питань сучасної лінгвістики є дослідження авторських неологізмів, адже мова вважається живою динамічною системою, яка постійно розвивається, змінюється, а мова художньої літератури є багатим джерелом, яке слугує основою для вивчення цих змін. Характерною особливістю лексики жанру фентезі є яскрава образність та експресивність, а також наявність великої кількості новоутворених слів.

Так, цикл романів про Гаррі Поттера привертає увагу багатьох дослідників своєю неординарністю, оскільки термінологія Дж. Роулінг «новаторська й унікальна. Авторка збагатила англійську мову...і продемонструвала креативність у сфері термінотворення» (*Винарчик, 2009, с. 157*).

Динамічні інноваційні процеси в мові зумовлюють увагу вчених до питань неологізмів та індивідуально-авторського словотворення. Дослідженням

проблем, пов'язаних із вивченням неологізмів присвячено праці І. П. Андрусяк, І. Г. Дегтяр, М. О. Жулінська, В. І. Заботкіна, Ю. А. Зацний, О. А. Стишов та ін. Індивідуально-авторські неологізми є також предметом найкових розвідок Р. А. Кисельової. Дослідженням творчості саме Дж. К. Роулінг займалися О. В. Винарчик, Дзивиш Марцин, О. С. Солодова, І. В. Шпак.

Незважаючи на підвищений інтерес до вивчення авторських неологізмів, досі залишаються дискусійними такі питання, як склад неологізмів, специфіка їх використання певними авторами, що зумовило вибір теми дослідження «Тематика авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера».

Метою статті є виявити тематику авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера.

Завдання: уточнити сутність поняття «неологізм» у лінгвістичній теорії; охарактеризувати індивідуально-авторське словотворення у романах Дж. К. Роулінг; виявити та проаналізувати особливості структури та тематики неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера.

Методами дослідження є: *теоретичні загальнонаукові методи* (узагальнення, індукції та дедукції) – для створення теоретичних узагальнень та формулювань закономірностей досліджуваних явищ, поясненні відкритих явищ, встановленні закономірних зв'язків між явищами; *емпірико-теоретичні методи* (аналіз, синтез, моделювання, системний метод та метод класифікації) – для обробки наукових матеріалів, порівняння, поєднання та систематизації отриманих знань; *метод лінгвістичного спостереження та опису* – для виділення одиниць аналізу, вивчення мовних засобів щодо їх ролі у формуванні й вираженні думок.

Результати та обговорення. Розвиток мови зумовлює появу великої кількості нових слів, що зумовило створення нової сфери лексикології – неології – науки, яка вивчає неологізми. Нова лексична одиниця проходить кілька етапів: прийняття її в суспільстві та закріплення її в мові. Потрібно немало часу, аби нові слова міцно закріпилися в мові, а їх вживання було зрозуміле кожному.

Варто зазначити, що в науковій літературі використовують різні терміни для позначення лексичних одиниць, які є результатом процесу індивідуально-авторської мовотворчості: *оказіональне слово, одноразовий неологізм, авторський неологізм, поетичний неологізм, авторський новотвір, художній неологізм, мовленнєвий новотвір, індивідуальний новотвір, індивідуально-авторський новотвір, слово-метеор, слово-саморобка, слово-беззаконник, слово-експромт, егологізм, індивідуалізм тощо.*

Незважаючи на поширений інтерес до вивчення неологізмів, у сучасній науці про мову не існує точного визначення поняття «неологізм». Під неологізмом розуміють «слово чи зворот, створений для номінації предмета чи для вираження нового поняття» (Селіванова, 2006, с. 201); лінгвістичну інновацію; індивідуальну лексичну одиницю; нову лексичну єдність у сукупності своєї форми та значення або зовсім нове значення певної лексичної одиниці, яке додається до вже наявного, але яке не є зафіксованим у словниках, що виникає за для акту комунікації і сприймається як нове протягом певного періоду часу.

За способом творення авторські неологізми поділяються на лексичні (створяться з наявного в мові матеріалу властивими для даної мови словотвірними способами) й семантичні (нові значення, що з'являються в словах, уже наявних у мові). За класифікацією Н. Г. Бабенко існують не лише лексичні й семантичні неологізми, а й фонетичні, граматичні (морфологічні), фразеологічні й графічні неологізми.

Неологізми поділяються на загальнономовні та індивідуально-авторські, останні поширені в художній літературі і становлять окрему групу. Як правило, авторські неологізми рідко входять до загальноновживаної лексики і доречні лише в окремих текстах, але деякі авторські неологізми все ж ввійшли до літературної мови. Індивідуальні неологізми також часто використовуються в публіцистиці.

У статті нами була здійснена спроба проаналізувати тематику авторських неологізмів в романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера. Виявлено, що авторські неологізми в романах про Гаррі Поттера вживаються для позначення побутових реалій: магичні предмети *The Mirror of Erised*, *Time-turner*, *Horcruxes*, *Remembrall*, *Floo powder*, *Pensieve*, *Portkey*; їжа та напої (*Polyjuice potion*, *Butterbeer*, *Nosebleed Nougat*, *Puking Pastilles*, *Fainting Fancies*); грошові одиниці (*Galleon*, *Knuts*, *Sickle*); види навчальних дисциплін у Гогвортсі (*Transfiguration*, *Defence Against the Dark Arts*, *Potion*, *History of Magic*, *Care of Magical Creatures*, *Herbology*, *Arithmancy*, *Muggle Studies*); екзамени (*OWLs*, *N.E.W.T.*); спортивні ігри (*Quidditch*, *Snitch*) тощо. У процесі аналізу тематичного спрямування авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера виявлено, що частовживаними є неологізми, що позначають магичні предмети: *The Mirror of Erised* (дзеркало Яцрес), *Time-turner* (часоворот), *Horcruxes* (горокракси), *Remembrall* (нагадайко), *Floo powder* (літаючий порошок), *Pensieve* (сито спогадів або вир пам'яті), *Portkey* (летиключ).

Наприклад, *the Mirror of Erised* (дзеркало Яцрес) – магичне дзеркало, яке випадково знайшов Гаррі Поттер в одному з порожніх класів Гогвортсу. Головна відмінність Дзеркала Яцрес від звичайних дзеркал полягає в тому, що показує воно не того, хто в нього дивиться, а його «найглибші і найвідчайдушніші бажання серця».

The Mirror of Erised is a very old device. Nobody knows who created it, or how it came to be at Hogwarts School (Rowling J. K., p. 423).

У третій книзі Дж. К. Роулінг «Гаррі Поттер і в'язень Азкабану» магичний предмет – часоворот використовувала Герміона, щоб відвідувати уроки, які були призначені на один і той же час. *Time-turner* (часоворот) – чарівний предмет, який дозволяє повернутися у недалеке минуле. Проте він не може кардинально вплинути на хід подій, повернути життя померлій людині, але може зробити можливе реальним.

Even the use of the very limited amount of Time-Turners at the Ministry's disposal is hedged around with hundreds of laws. While not as potentially dangerous as skipping five centuries, the re-use of a single hour can still have dramatic consequences and ... (Rowling J. K., p. 265).

Horcruxes (горокракси) – спеціальні магичні предмети світу Гаррі Поттера. Вони створюються за допомогою чорної магії і служать для зберігання частинки душі окремо від хазяїна. Для того щоб створити горокракс потрібно скоїти

вбивство. Авторський неологізм *Horcrux* утворений з наступних частин: перша частина неологізму має значення «страх»: від англ. *horror* чи лат. *horere* («боятися») та другої частини слова лат. *Crux*, що означає «хрест».

Albus Dumbledore: Yes, I think so. Without his Horcruxes, Voldemort will be a mortal man with a maimed and diminished soul (Rowling J. K., p. 89).

Remembrall (нагадайко) – це велика скляна куля з мармуром, який містить дим, який стає червоним, коли його власник щось забув.

It's a Remembrall!' he explained. 'Gran knows I forget things – this tells you if there's something you've forgotten to do... (Rowling J. K., p. 254).

Howler (ревун) – особливий магичний лист, який неможливо проігнорувати: якщо протягом двох-трьох хвилин отриманий червоний конверт не буде розкритий, він вибухне і зміст послання буде доведено до відома всіх оточуючих громоподібним голосом.

Aunt Petunia seems to act as if she was compelled to keep Harry at her home after listening to the Howler, but what would compel her to keep him there? (Rowling J. K., p. 115).

Floo powder (літаючий порошок) – спеціальний порошок, що використовується для пересування між камінами, які в будинках чарівників об'єднані в єдину мережу. Винайдений відьмою Ігнатією Уїлдсміт.

Floo powder was invented by Ignatia Wildsmith in the thirteenth century. Its manufacture is strictly controlled. The only licensed producer in Britain is Floo-Pow, a company whose Headquarters is in Diagon Alley, and who never answer their front door (Rowling J. K., p. 721).

No shortage of Floo powder has ever been reported, nor does anybody know anyone who makes it. Its price has remained constant for one hundred years: two Sickles a scoop. Every wizard household carries a stock of Floo powder, usually conveniently located in a box or vase on the mantelpiece (Rowling J. K., p. 662).

Portkey (летиключ) – предмет для перенесення чарівників з певного місця в якесь інше в заздалегідь визначений час. Для того, щоб створити летиключ, слід навести паличку на предмет і вимовити закляття «Портус!».

Almost any inanimate object can be turned into a Portkey. Once bewitched, the object will transport anyone who grasps it to a pre-arranged destination. A Portkey may also be enchanted to transport the grasper (or graspers) only at a given time. In this way, the arrivals and departures of great numbers of witches and wizards can be staggered, enabling such events such as the Quidditch World Cup to take place with few security breaches (Rowling J. K., p. 627).

Аналізуючи тематичне спрямування авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера виявлено, що неологізми також вживаються для позначення їжі та напоїв: *Polyjuice potion* (багатозільна настійка), *Butterbeer* (вершкове пиво), *Nosebleed Nougat* (кровопролитні цукерки), *Puking Pastilles* (батончики-блювончики), *Fainting Fancies* (завиванці-зомліванці, обморочні горішки).

Polyjuice potion (багатозільна настійка) – це зілля, яке перетворює того, хто його випив, на людину, частинки тіла якої добавлені у неї. Вперше згадувалась у

книзі «Гаррі Поттер і Таємна кімната», де Гаррі Поттер, Герміона Грейнджер і Рон Візлі зробили її, щоб пробратись у слизеринську вітальню.

The Polyjuice Potion, which is a complex and time-consuming concoction, is best left to highly skilled witches and wizards. It enables the consumer to assume the physical appearance of another person, as long as they have first procured part of that individual's body to add to the brew (Rowling J. K., p. 115).

Butterbeer (вершкове пиво) є авторським неологізмом, напій, який Дж. К. Роулінг вважає за смаком нагадує іриски. Це улюблений коктейль Гаррі Поттера, що складається з морозива, молока та масла. Завдяки стійкій пінні та жовто-мутному кольору зовнішнім виглядом схожий на деякі сорти справжнього пива.

Why don't we go and have a butterbeer in the Three Broomsticks, it's a bit cold, isn't it? (Rowling J. K., p. 513).

Nosebleed Nougat (кровопролитні цукерки або пампушечки-зносаюшечки) – маленькі льодяники малинового кольору. У того, хто з'їдає подібну цукерку, починається носова кровотеча для зупинки якої потрібно з'їсти іншу цукерку, яка зупинить цей процес.

You can have a bit of Nosebleed Nougat cheap if you like (Rowling J. K., p. 525).

Puking Pastilles (батончики-блювончики) – складаються з двох різнокольорових половинок. Одна половинка батончика помаранчева (блювота), а друга – червона (антиблювота). Хто відкусить одну половинку починає блювати, для зупинки процесу потрібно проковтнути іншу половину цукерки.

They're double-ended, colour-coded chews. If you eat the orange half of the Puking Pastilles, you throw up. Moment you've been rushed out of the lesson for the hospital wing, you swallow the purple half (Rowling J. K., p. 682).

Fainting Fancies (завиванці-зомліванці, обморочні горішки) – той хто зість це втрачає свідомість.

In September 1995, Fred and George Weasley had her test out their Fainting Fancies, along with several other Gryffindor first years. Hermione Granger, unable ... (Rowling J. K., p. 92).

Sugar quills (цукрове перо) – чарівні солодощі, льодяники, зроблені у вигляді пера, всередині якого знаходиться стержень, якими можна писати. З третього курсу учні починають відвідувати Гогсмід і купують там цукрові пера серед інших солодощів.

It's this sweetshop,' said Ron, a dreamy look coming over his face, 'where they've got everything... Pepper Imps – they make you smoke at the mouth – and great fat Chocoballs full of strawberry mousse and clotted cream, and really excellent sugar quills, which you can suck in class and just look like you're thinking what to write next (Rowling J. K., p. 77).

Аналізуючи тематичне спрямування авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера виявлено, що неологізми також вживаються автором для позначення грошових одиниць: *Galleon, Knuts, Sickle*. Чарівна валюта Об'єднаного Королівства складається з трьох різних монет, у порядку зменшення вартості вони: Галеон, Сірклі і Кнут. Вони – золоті, срібні та бронзові відповідно.

Seventeen silver Sickles to a Galleon and twenty – nine Knuts to a Sickle (Rowling J. K., p. 581).

Виявлено, що авторськими неологізмами у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера є назви навчальних дисциплін у Гогвортсі: *Transfiguration, Defence Against the Dark Arts, Potion, History of Magic, Herbology, Arithmancy, Care of Magical Creatures, Muggle Studies etc.*

Transfiguration (трансфігурація) – дисципліна, метою якої є вивчення як перетворювати одні речі в інші для чого потрібна чарівна паличка та знання певної формули. Можливе перетворення як цілих предметів, так і їх частин.

..., *I'm particularly interested in Transfiguration, you know, turning something into something else, of course, it's supposed to be very difficult...* (Rowling J. K., p. 423).

Defence Against the Dark Arts – дисципліна «Захист від темних мистецтв» допомагає здобувачам освіти захистити себе від темних чар.

The class everyone had really been looking forward to was Defence Against the Dark Arts, but Quirrell's lessons turned out to be a bit of a joke (Rowling J. K., p. 176).

Виявлено, що авторськими неологізмами у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера є назви екзаменів: *OWLs, N.E.W.T.*

OWLs (Ordinary Wizarding Levels). Стандарти навчання чарівництву – іспит, який обов'язково здають всі учні в кінці 5 курсу з усіх досліджуваних предметів.

Ordinary. Wizarding. Level. Examinations. O.W.L.s. More commonly known as 'Owls' (Rowling J. K., p. 127).

Іспит OWL оцінюється позитивними оцінками: *O = Outstanding* (П – чудово), *E = Exceeds Expectations* (В – вище очікуваного), *A = Acceptable* (У – задовільно). Негативними оцінками є: *P = Poor* (С – слабо), *D = Dreadful* (О – огидно), *T = Troll* (Т – троль /тупий як троль). В англійській мові позитивні оцінки позначені голосними, негативні – приголосними.

Для продовження занять з певного предмету необхідно отримати за іспит з оцінку не нижче «У», хоча деякі викладачі вимагають «В» (наприклад, професор Макгонегел) і навіть «П» (професор Снейп). Складання OWL достатньо для того, щоб чарівник вважався освіченим і покинув Гогвортс. Складання даного іспиту відповідає отриманню неповної середньої освіти.

N.E.W.T.s (Nastily Exhausting Wizarding Tests) – це іспит, який складають чарівники і відьми Хогвартської школи чарівництва сьомого року навчання, щоб допомогти їм визначитися з кар'єрою після закінчення школи.

When they arrived in the corridor they saw that there were only a dozen people progressing to N.E.W.T. level (Rowling J. K., p. 128).

У процесі аналізу тематичного спрямування авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера виявлено, що авторські неологізми вживаються на позначення спортивних ігор: *Quidditch, Snitch*.

Так, наприклад, вигадана спортивна гра, у яку грають персонажі книги Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера літаючи на мітлах *Quidditch* є найпопулярнішою грою серед чарівників та відьом.

Quidditch has been played in the wizarding world for almost 1,000 years. The Quidditch World Cup has been played every four years, more or less, since 1473 (Rowling J. K., p. 59).

Проаналізувавши тематичне спрямування авторських неологізмів в романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера, можна стверджувати, що авторські неологізми вживаються для позначення лексики, що називає етнічні і соціальні спільноти, а також їх представників (*Animagi, Muggle, Squib*); божества, казкові істоти (*Dementors*).

Animagi (анімаг (від *animal* тварина та *magic* магія) – чарівник, який маючи бажання може перетворюватися на тварину. Це не вроджена здатність, а та, якої можна навчитися.

We all know about the intricate art of the Animagi; the power to turn into a particular animal at will. But there's far more to it than meets the eye, just like the Animagi themselves. How much do you really know about them? (Rowling J. K., p. 115).

Dementors (дементори) є сліпими істотами, які харчуються людськими, здебільшого світлими, емоціями і страшенні тим, що висмоктують щастя і радість з усього живого.

Dementors are among the foulest creatures that walk this earth. They infest the darkest, filthiest places, they glory in decay and despair, they drain peace, hope, and happiness out of the air around them... (Rowling J. K., p. 54).

У романі Дж. К. Роулінг «Гаррі Поттер і келих вогню» нами виявлений такий авторський неологізм як *dementors' kiss*. Отримавши такий поцілунок, людина перестає існувати як розумна істота.

Аналізуючи тематичне спрямування авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера виявлено, що до неологізмів належить лексика, що називає реалії світу і природи: тварини (*Erumpent, Acromantula*); рослини (*Devil's Snare, Whomping Willow, Alihotsy, Hyena tree, Wiggentree*).

Так, авторський неологізм *erumpent* (різкопроривець/ громамонт) – у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера є магичною, великою сірою африканською твариною, яка важить до тонни і володіє надзвичайною силою. Ріг такої тварини пронизує все, від шкіри до металу, і містить речовину, яка, потрапивши в тіло жертви, вибухає. Роги, хвости і вибухаючі речовини громамонтів використовуються для приготування зілля.

The Erumpent is a large grey African beast of great power. Weighing up to a tonne, the Erumpent may be mistaken for a rhinoceros at a distance. It has a thick hide that repels most charms and curses, a large, sharp horn upon its nose and a long, rope-like tail. Erumpents give birth to only one calf at a time (Rowling J. K., p. 85).

Devil's Snare (пастка диявола) – це надзвичайно небезпечна рослина, яка завойовує чарівників, коли її зачепити. Вона душить тих, хто наближається до неї, загорнувши їх у свої вузлики. Можливо, це магичний варіант рослини Венериної мухоловки, яка захоплює комах для їжі.

Devil's Snare, Devil's Snare. It's deadly fun, but will sulk in the sun! (Rowling p. 115).

Проаналізувавши тематичне спрямування авторських неологізмів в романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера, можна стверджувати, що авторські неологізми вживаються для позначення лексики, що називає ономастичні реалії – це антропоніми: студенти (*Hermione Granger, Ronald Bilius Weasley, Neville Longbottom, Draco Malfoy, Gregory Goyle*), викладачі (*Severus Snape, Alastor "Mad-Eye" Moody, Rubeus Hagrid, Sybill Trelawney*), а також топоніми:

закляття (*Avada Kedavra, Cruciatus, Alohomora, Ridikulus, Expecto Patronum, Expelliarmus, Stupefy* etc).

Варто зазначити, що авторські неологізми вживаються для позначення лексики, що називає такі ономастичні реалії як закляття: *Avada Kedavra, Cruciatus, Alohomora, Ridikulus, Expecto Patronum, Expelliarmus, Stupefy*.

Закляття умовно можна розділити на дві групи: закляття, в яких використані латинські слова (*Cruciatus, Alohomora, Expecto Patronum, Expelliarmus*); закляття, в яких використана рідна мова чарівника (*Stupefy*).

The Cruciatus, Imperius and Avada Kedavra Curses were not made unforgivable until 1717 (Rowling J. K., p. 79).

Avada Kedavra – вбивче закляття смерті, яке є одним з трьох, які офіційно заборонені Міністерством магії. Єдиний, хто вижив після його застосування – Гаррі Поттер. Застосування Авади Кедаври на будь-якому живому створінні карається довічним ув'язненням в Азкабані, саме тому мало хто наважується використовувати його.

Avada Kedavra's a curse that needs a powerful bit of magic behind it – you could all get your wands out and point them at me and say the words, and I doubt I'd get so much as a nosebleed (Rowling J. K., p. 143).

Висновки. Проаналізувавши тематичне спрямування авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера, можна стверджувати, що авторські неологізми вживаються для позначень побутових реалій: магичні предмети, їжа та напої, грошові одиниці, назви навчальних дисциплін у Гогвортсі, свята та ігри тощо. Авторськими неологізмами є також слова, які позначають етнографічні й міфологічні реалії: етнічні і соціальні спільноти та їх представників, божества, казкові істоти, а також лексика, що називає реалії світу і природи. Авторськими неологізмами є лексика, що називає ономастичні реалії – це антропоніми: студенти, викладачі, а також топоніми: закляття. Перспективи подальших досліджень простежуються у лексико-семантичному та стилістичному аналізі оказіоналізмів творів письменниці, як в окремо взятих творах, так і у здійсненні комплексного аналізу авторських неологізмів Дж. К. Роулінг.

Список літератури

Андрусак І. П. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2003. 20 с.

Винарчик О. В. «Магічна» термінологія «Гаррі Поттера» у творчості Джоан Кетлін Роулінг. *Актуальні проблеми сучасної термінології* : зб. наук. пр. Дрогобич, 2009. С. 156–159.

Дзивиш Марцин. Названия волшебных предметов в мире Гарри Поттера на материале переводов повестей Джоан Роулинг на польский и русский языки. *Мова і культура*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. Т. 2. Вип. 15. С. 346–350.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля. 2006. 716 с.

Prené E. Word Formation Processes of Neologisms in the Harry Potter Books. Linnaeus University. School of Language and Literature, 2012. Independent thesis Basic level (degree of Bachelor). 28 p.

Rowling J. K. Harry Potter and the Philosopher's Stone. London : Bloomsbury, 1997. 223 p.

Rowling J. K. Harry Potter and the Chamber of Secrets. London : Bloomsbury, 1998. 251 p.

Rowling J. K. Harry Potter and the Prisoner of Azkaban. London : Bloomsbury, 1999. 317 p.

Rowling J. K. Harry Potter and the Goblet of Fire. London : Bloomsbury, 2000. 636 p.

Rowling J. K. Harry Potter and the Order of the Phoenix. London : Bloomsbury, 2010. 956 p.

Rowling, J. K. Harry Potter and the Half-Blood Prince. London : Bloomsbury, 2010. 768 p.

Rowling, J. K. Harry Potter and the Deathly Hallows. London : Bloomsbury, 2010. 831 p.

Webster's third new international dictionary of the English language. Chicago : Encyclopedia Britannica, 1993. Vol. 2. 6798 p.

Whited A. (ed.) *The Ivory Tower and Harry Potter: perspectives on a literary phenomenon* / Lanna A. Columbia; London : University of Missouri Press, 2002. 408 p.

References

Andrusiak, I. P. (2003). *Anhliiski neolohizmy kintsia XX stolittia yak skladova movnoi kartyny svitu* [English neologisms of the late twentieth century as part of the linguistic picture of the world], avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kyiv.

Vynarchyk, O. V. (2009). «Mahichna» terminolohiia «Harri Pottera» u tvorchosti Dzhoan Ketlin Roulinh, [“Magical” terminology “Harry Potter” in the works of Joan Katherine Rowling]. *Aktualni problemy suchasnoi terminolohii: zb. nauk. pr.* Drohobych, 156–159.

Dzyvysh, Martsyn. (2012). *Nazvanyia volshebnykh predmetov v myre Harry Pottera na materyale perevodov povestei Dzhoan Roulynh na polskuyi y rusckuyi yazyky*, [The names of magical objects in the world of Harry Potter based on translations of J.K. Rowling's stories into Polish and Russian]. *Mova i kultura*. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho, T. 2, Vyp. 15, 346–350.

Selivanova, O. (2006). *Suchasna lnhvistyka: terminolohichna entsyklopediia* [Modern linguistics: terminological encyclopedia]. Poltava: Dovkillia.

Prené, E. (2012). *Word Formation Processes of Neologisms in the Harry Potter Books*. Linnæus University. School of Language and Literature, Independent thesis Basic level (degree of Bachelor).

Rowling, J. K. (1997). *Harry Potter and the Philosophers Stone*. London: Bloomsbury.

Rowling, J. K. (1998). *Harry Potter and the Chamber of Secrets*. London: Bloomsbury.

Rowling, J. K. (1999). *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban*. London: Bloomsbury.

Rowling, J. K. (2000). *Harry Potter and the Goblet of Fire*. London: Bloomsbury.

Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Order of the Phoenix*. London: Bloomsbury.

Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Half-Blood Prince*. London: Bloomsbury.

Rowling, J. K. (2010). *Harry Potter and the Deathly Hallows*. London: Bloomsbury.

Websters third new international dictionary of the English language (1993). Chicago: Encyclopedia Britannica, Vol. 2.

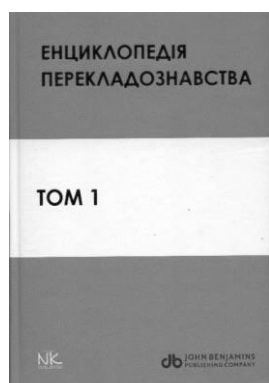
Whited, A. (ed.) (2002). *The Ivory Tower and Harry Potter: perspectives on a literary phenomenon* / Lanna A. Columbia; London: University of Missouri Press.

РЕЦЕНЗІЯ

на книгу „Енциклопедія перекладознавства / пер. з англ.,
за ред. О. А. Кальниченка та Л. М. Черноватого.
Том 1. Вінниця : Нова книга, 2020. 552 с.”

Василь БЯЛИК

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича



Головною подією 2020 року в українському перекладознавстві, безперечно, можна вважати видання перекладу першого тому «Енциклопедії перекладознавства», створеного колективом викладачів українських університетів за редакцією О. А. Кальниченка та Л. М. Черноватого та за сприяння видавництва Нова книга у м. Вінниця.

Оригінал, чотиритомник *Handbook of Translation Studies*, опублікований в одному з найвідоміших і найпрестижніших видавництв наукової літератури «Бенджамінз», вважається засадничою працею у галузі науки про переклад у світі. Долучення української

перекладацької спільноти до світової перекладацької думки є, безумовно, значним досягненням.

Переклад здійснено за координації Всеукраїнської спілки викладачів перекладу, президент Спілки – Леонід Черноватий, офіційний координатор проєкту – Олександр Кальниченко.

Переклад статей першого тому здійснено переважно викладачами кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна) та кафедри перекладознавства і контрастивної лінгвістики імені Григорія Кочура (Львівський національний університет імені Івана Франка); окремі статті переклали також викладачі Київського університету імені Бориса Грінченка, Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка, Національного університету «Львівська політехніка», Східноєвропейського національного університету (м. Луцьк), Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія», Дніпровського університету імені Альфреда Нобеля.

Видання є актуальним, зважаючи на певний брак якісної перекладознавчої довідкової літератури в Україні, воно знайомить з теоретичними моделями Західного перекладознавства і може бути особливо корисним для перекладознавців, студентів і викладачів філологічних та перекладацьких відділень (факультетів) закладів вищої освіти, аспірантів, фахівців, які прагнуть розширити власні знання у сфері перекладознавства, а також для перекладачів.

Перший том охоплює статті таких відомих фахівців у царині перекладознавчої науки як Ампаро Уртадо Альбір, Фабіу Альвес, Мері Снел-Горнбі, Ів Гамб'є, Даніель Гуадек, Люк ван Дорслар, Дороті Келлі, Маріанна Ледерер, Кірстен Малмк'єр, Крістіана Норд, Алешандра Асіш Роза, Крістіна Шефнер та інших. Розглядається широке коло питань: історія перекладу; зміст понять «переклад», «адаптація», «автопереклад», «перекладознавство», «трансфер» і «трансферні студії»; аналізується динаміка змін змісту перекладознавства та його різноманітні підходи (дескриптивний, прикладний, інтерпретативний, когнітивний, функціональний); аналізуються різні аспекти перекладу (його релевантність, норми, одиниці, стратегії і тактики, множинність, відкритість і закритість), його зв'язки з мультлінгвізмом, семантикою, семіотикою, філософією, герменевтикою, гендерними факторами, етикою, етнографією, соціологією, термінознавством, глобалізацією; оглядаються такі питання художнього перекладу як вплив полісистемної теорії, постколоніальні літератури, цензура, особливості передачі змісту дитячої літератури, драматургічних творів, гумору й коміксів; окреслено проблеми галузевого (політичного, технічного, комерційного, наукового, релігійного, юридичного) та усного перекладу (з аркуша, послідовний, синхронний, аудіовізуальний, закадровий, опосередкований, конференц-переклад, дублювання, субтитрування, медіа-переклад, для потреб громади, в соціальній сфері; переклад жестових мов); зауважуються питання новітнього змісту перекладацької діяльності, зокрема, застосування інформаційних технологій (перекладацький інструментарій, використання Інтернету, автоматизований і машинний переклад, корпуси, локалізація), нетворкінг та діяльність

перекладачів-волонтерів; розглядаються зміст процесу перекладу та інструменти його дослідження (протокол «Міркуй уголос»), якість перекладу й класифікація перекладацьких помилок, а також проблеми методики навчання перекладу (компетентність, програма навчання та план навчального процесу) і ролі перекладу в навчанні іноземних мов.

Зважаючи на широкий діапазон проблем, які розглядаються в першому томі, та пам'ятаючи про його суттєве розширення в подальших трьох томах, можна без вагань рекомендувати це видання студентам, викладачам, аспірантам і перекладознавцям як джерело важливої довідкової інформації й основу для критики та побудови власних теоретичних концепцій.

ЗМІСТ

Огуй О., Івасюк О., Івасюк Г.

Колірна ментальність у німецькому середньовіччі: принципи медієвістичної когнітивно-квантитативної зіставної реконструкції (на основі давньоверхньонімецьких і середньоверхньонімецьких текстів)..... 3

Букрєва Л., Козак Т.

Способи відтворення комічного ефекту оригіналу у перекладі на матеріалі книги Д. Нура «Das Geheimnis des perfekten Tages» 13

Гафу Т., Осовська І.

Ментальний ресурс сучасного англомовного гастрономічного рекламного дискурсу 18

Головацька Н.

Лексико-семантична підсистема сенсорних дієслів у системі дієслова сучасної англійської мови 35

Жуковська В.

Інтерпретація відокремлених неособоводієслівних і недієслівних конструкцій з експліцитним суб'єктом кризь призму суміжних граматичних термінів і понять..... 48

Задорожна А., Бялик В.

Варіативно-інтерпретаційний потенціал художнього твору та його реалізація у перекладі (на основі роману Чака Поланіка "Бійцівський клуб")..... 60

Каратінцева К.

Словотвірні механізми генези ортодонтичних термінів у англійській мові 69

Кібальнікова Т.

Вияви міжтекстових зв'язків у навчально-педагогічному дискурсі 77

Кійко С., Кійко Ю.

Формування компетенції іншомовного писемного мовлення студентів за допомогою електронних дидактичних засобів..... 85

Кінащук Т., Сунько Н.

Фразеологічні одиниці як засіб атракції англомовних газетних заголовків 96

Ковалюк М.

Моделювання доменів вираження концепту LANGUAGE в британському публіцистичному дискурсі на основі показника χ^2 105

Колісниченко Т., Коропатніцька Т.

Концептосистема сучасного англомовного туристичного рекламного дискурсу 114

Король А., Волощук В.

Особливості перекладу засобів маніпулятивного впливу в німецькомовному медіа-дискурсі 123

Костенко В., Беляєва О., Сологор І.

Складнопідрядні речення в текстах поінформованої згоди: структурно-семантичний і комунікативно-дискурсивний аспекти..... 135

Кочубей В.

Труднощі написання академічного есе та шляхи їх подолання 147

Круглій О., Черняк О. Дистрибутивні характеристики комбінувальних форм у сучасній англійській мові	156
Кушнерик В., Савчук Т. Фоносемантичні явища як мовні реалії.....	166
Майстренко М., Осипов П., Булик Н. Особливості будови та функціонування рекламного тексту (на матеріалі німецькомовної реклами)	174
Марчишина А. Маскулінність у постмодерністському тексті: поняття, ідентичність, образ	187
Мельник Ю. Іменники, прикметники та дієслова у складі німецьких композитів: семантичні та сполучувальні особливості	198
Микитюк Ю. Комплімент як різновид соціальної взаємодії	218
Мудра О. Сучасні принципи організації й функціонування курсів навчання професійного іншомовного спілкування у Великій Британії	231
Ніжнік Л. Вербалізація концепту DOUBT засобами епістемічної модальності	240
Осовська І., Конопельнюк Л. Особливості німецькомовного перекладу поезії Ліни Костенко (на матеріалі перекладу збірки «І знову пролог» Алоїза Вольдана)	252
Пасик Л., Рись Л., Стернічук В. Актуалізація концепту PARTNER у німецькому віртуальному політичному дискурсі ...	259
Редьква А. Фоносемантичні особливості публіцистичних текстів (на матеріалі промов німецькомовних політиків)	273
Скибицька Н. Лексика пандемії у сучасному англійськомовному медіа просторі	280
Чернікова О. COVID-19 як генератор мемів: вплив новотворів епохи пандемії на мемомтворення	288
Чукур Я., Сунько Н. Типологія прецедентних імен у газетних заголовках	298
Шемуда М. Тематика авторських неологізмів у романах Дж. К. Роулінг про Гаррі Поттера	308
Бялик В. Рецензія на книгу „Енциклопедія перекладознавства / пер. з англ., за ред. О. А. Кальниченка та Л. М. Черноватого. Том 1. Вінниця : Нова книга, 2020. 552 с.”	317

Підписано до друку 15.05.2021 р. Формат 60x84 1/8.
Рута
Наклад 100 прим.
Україна, 58000, м. Чернівці, вул. Коцюбинського, 2
Свідоцтво про державну реєстрацію
серія ДК № 3784 від 14.05.2010 р.