

---

---

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
СУЧАСНОЇ ЛІНГВІСТИКИ  
ТА МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ  
ІНОЗЕМНИХ МОВ  
У ДОСЛДЖЕННЯХ СТУДЕНТІВ**

**Випуск 10**

**Частина 1**

**A–K**

Харків 2014

---

---

## **УДК 81 (082)**

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (протокол № 6 від 20 червня 2014 р.)

### **Редакційна колегія**

*Відповідальні редактори:*

Пасинок В.Г. (проф., декан факультету іноземних мов),  
Оніщенко Н.А. (доц., заст. декана)

Безугла Л.Р. (проф.)  
Бондаренко Є.В. (доц.)  
Вороніна М.Ю. (доц.)  
Морозова О.І. (проф.)

Самохіна В.О. (проф.)  
Солощук Л.В. (проф.)  
Шевченко І.С. (проф.)  
Черновол-Ткаченко О.О. (доц.)

Тарасова С.О. (*відповідальний секретар*)

Актуальні проблеми сучасної лінгвістики та методики навчання іноземних мов в дослідженнях студентів: збірник статей. – Вип. 9, Ч. 1. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2014. – 176 с.

**ISBN 978-966-285-106-9**

До збірника увійшли студентські статті, які досліджують проблеми семантики та прагматики мовних одиниць, особливості міжкультурної комунікації, концепти та їх дискурсивні реалізації, комунікативні стратегії в дискурсі, питання перекладу мовних одиниць, аспекти творів зарубіжної літератури, а також навчання іноземних мов у середніх та вищих навчальних закладах.

Адреса редакційної колегії:

61022, м. Харків-22, майдан Свободи, 4,  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,  
факультет іноземних мов,  
тел. (057) 707-53-43

**ISBN 978-966-285-106-9**

© Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, 2014

---

---

УДК 821.111+821.111(73):392.28

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ОБРАЗУ “VAMPIRE”

(на матеріалі творів Б. Стокера та С. Майєр)

Анікеєва Ю.В. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Нефьодова О.Д.

Стаття присвячена питанню трансформації аспектів прецедентного образу “VAMPIRE” в сучасній масовій культурі, зокрема англомовній лінгвокультурі.

**Ключові слова:** аспект прецедентності, інтертекст, інтертекстуальність, прецедентний образ, трансформація.

**Аникеева Ю.В. Трансформация precedentного образа “VAMPIRE” (на материале произведений Б. Стокера та С. Майер).** Статья посвящена вопросу трансформации аспектов прецедентного образа “VAMPIRE” в современной массовой культуре, в частности англоязычной лингвокультуре.

**Ключевые слова:** аспект прецедентности, интертекст, интертекстуальность, прецедентный образ, трансформация.

**Anikeieva Y.V. Transformation of the precedent image “VAMPIRE” (based on the works by B. Stoker and S. Meyer).** The article investigates how the aspects of the precedent image “VAMPIRE” are transformed in the modern mass culture, in particular in the English linguistic culture.

**Key words:** aspect of precedence, intertext, intertextuality, precedent image, transformation.

Питання інтертекстуальності і прецедентності текстів набуло значної актуальності в сучасній лінгвістиці [1–4; 6–10]. Підвищена зацікавленість проблематикою інтертекстуальних взаємодій зумовлена загальним сплеском інтересу до проблеми співвіднесення мови й культури, задля вирішення якої треба урахувати роль культурних знань в мовленнєвій діяльності людини, зокрема, роль прецедентних текстів у комунікації.

Попри інтерес дослідників до вивчення інтертекстуальності із позицій різних мовознавчих дисциплін – лінгвостилістики, лінгвокультурології, теорії тексту – справжня природа міжтекстових зв’язків залишається сьогодні у багатьох аспектах відкритим питанням, оскільки дотепер єдиної теорії інтертекстуальності, яка уможливлювала б всеобічний розгляд таких зв’язків, не існує.

Таким чином, актуальність дослідження обумовлюється його інтегративною спрямованістю щодо положень провідних лінгвістичних дисциплін – лінгвостилістики, лінгвокультурології, теорії тексту – для вивчення проблеми актуалізації окремого різновиду прецедентних

---

---

феноменів на платформі антропоцентричної парадигми. Об'єктом дослідження є прецедентний образ “*VAMPIRE*” в сучасній англомовній лінгвокультурі. Предметом вивчення виступають лінгвостилістичні, функціонально-комунікативні, семантико-когнітивні та структурно-формальні властивості такого образу, які обумовлюють його інтертекстуальну актуалізацію. Мета дослідження – визначити основні трансформації, яких зазнає прецедентний образ “*VAMPIRE*” при встановленні інтертекстуальних зв’язків, шляхом виявлення та порівняння його вихідних та змінених аспектів прецедентності. Наукова новизна роботи полягає у визначенні особливостей формування, трансформації та актуалізації базових аспектів прецедентності образу “*VAMPIRE*” у діахронії як прецедентного феномену і лінгвокультурного концепту для англомовної лінгвокультури з позицій лінгвокультурології та теорії інтертекстуальності.

У теорії інтертекстуальності, сучасній лінгвістичній дисципліні, присвяченій дослідженню синтагматики та парадигматики тексту, основним поняттям та передумовою встановлення міжтекстових зв’язків визнається прецедентний феномен. Спираючись на визначення прецедентного тексту Ю. Н. Караповим, В. В. Красних, Ю. Е. Прохоровим [2; 3; 5], визначимо прецедентні феномени як такі, що мають значення для тієї чи іншої мовної особистості в пізнавальному та емоційному відношенні, мають понадособистісний характер, тобто добре відомі її лінгвокультурному оточенню, звернення до яких відновлюється неодноразово в дискурсі даної мовної особистості. Прецедентні феномени гетерогенні за своєю природою, тому серед них можна виділити [7] 1) прецедентний текст; 2) прецедентні ситуації; 3) прецедентні образи, які є об’єктом нашого дослідження.

Прецедентний образ є невербальним утворенням, яке складається з окремих аспектів прецедентності, зокрема, 1) онтологічних (ДЕЦО є ДЕЦО); 2) якісних (ДЕЦО є TAKE); 3) акціональних (ДЕЦО робить ДЕЦО) [9]. Такі аспекти прецедентності вербалізуються в метатекстах під час встановлення інтертекстуальних зв’язків інтертекстуальними структурами. Інтертекст прецедентного тексту в метатексті можна поділити на цитати та алюзії, які відрізняються за критеріями перекодування вербальних структур прецедентного тексту та графічної виділеності в метатексті. Саме аналіз такого інтертексту прецедентного образу, зокрема образу “*VAMPIRE*”, сприяє з’ясуванню його аспектів прецедентності та їх трансформації в процесі комунікації.

Прецедентний образ “*VAMPIRE*” є одним з сильних прецедентних образів сучасної англомовної масової лінгвокультури. Образ вампіру є надзвичайно давнім і з’явився у світовій літературі ще на етапі її становлення. У англійській лінгвокультурній традиції цей образ було

---

---

запозичений зі Східної Європи і вперше згадано в XII столітті англійськими істориками і літописцями Вальтером Мапом (*Mapes* або *Map*) та Вільямом Ньюбургским (*William of Newburgh*). Таким чином, англійський міф про вампірів, ґрунтуючись на східнослов'янському та румунському фольклорі, де вампірами були істоти, що вбивають людей шляхом випивання їх крові або через удушення. Роман «*Dracula*» Брема Стокера (*Abraham «Bram» Stoker*) є осередком першої всебічної актуалізації прецедентного образу “*VAMPIRE*” в популярній художній літературі Великої Британії. У сучасній англомовній літературі прецедентний образ “*VAMPIRE*” утворює сюжетну основу одного зі світових бестселерів – “*The Twilight Saga*” С. Майєр.

Аналіз словниковых дефиніцій, прецедентних текстів та метатекстів, в яких актуалізується досліджуваний прецедентний образ, виявив, що іменем досліджуваного прецедентного образу є лексема “*vampire*”.

#### Приклад 1

... 1. A *vampire* is 1.1 a creature in horror stories... (Collins Co-Built)

Базовими аспектами прецедентності образу “*VAMPIRE*”, універсальними для всієї англомовної лінгвокультури, а отже ? зафікованими англомовними словниками, є такі. За даними словників, онтологічний аспект прецедентності цього образу, який визначає його видову класифікацію є позначення його як сутності, що вербалізуються лексемами “*being*” (1), “*person*” (3), “*creature*” (2).

#### Приклад 2

... In popular folklore, an undead *being* in human form that survives by sucking the blood of living people, especially at night. (American Heritage)

Основним якісним аспектом прецедентності, що утворює образ “*VAMPIRE*” є відсутність в ньому життя, що вербалізуються лексемами “(un)dead” (1; 3). Водночас, цей прецедентний образ визначається передусім своєю діяльністю. Тож основним акціональним аспектом прецедентності образу “*VAMPIRE*” є пиття людської крові, що вербалізуються словосполученням “*sucking human blood*” (1). Виділені за словниками базові аспекти прецедентності образу “*VAMPIRE*” можна представити так: *VAMPIRE is a(n) (un)dead being which sucks human blood*.

У процесі актуалізації та розвитку цього прецедентного образу, виділені аспекти прецедентності та засоби їхньої вербалізації в метатекстах трансформуються та доповнюються в процесі комунікації.

Літературний процес є різновидом процесу комунікації, в ході якого створюється художній твір. В англомовних художніх творах “*Dracula*” Б. Стокера (1897 р.) та “*The Twilight Saga*” С. Маєр (2005 р.) базові аспекти прецедентності образу “*VAMPIRE*” трансформуються наступним чином. У романі Б. Стокера “*Dracula*” іменем даного прецедентного образу виступає лексема “*the Count*”, яка характеризує його високий соціальний

---

---

статус і важливий для англійської лінгвокультури аристократизм, підкреслює іноземне походження і приховує його сутність, та екзотичне власне ім'я “*Dracula*”:

Приклад 3

... *the Count asked me many questions as to my journey...* (B. Stoker).

Приклад 4

... *he replied, “I am Dracula, and I bid you welcome, Mr. Harker ...*

(B. Stoker)

На відміну від базових аспектів прецедентності образу “*VAMPIRE*”, виділених за англомовними словниками, якісний аспект прецедентності цього образу в романі Б. Стокера реалізується при посередництві акціонального:

Приклад 5

*Dracula appears in rust colored armor, a blood red kimono, and in the dark clothes of a Victorian gentleman, each costume complimenting his current form* (5)

Таким чином, Дракула постає елегантною людиною, яку характеризує вишуканий, хоча і дещо старомодний одяг. Акціональні аспекти прецедентності образу “*VAMPIRE*” взагалі трансформуються та розгалужуються в романі Б. Стокера: Дракула переважно рухається (“*to leave*”, “*to go*”):

Приклад 6

... *again I saw him [the Count] leave the castle by the same window*

(B. Stoker)

Інші акціональні аспекти прецедентності образу “*VAMPIRE*” актуалізуються Б. Стокером наступним чином: 1) рухи руками, тілом (“*to touch*”, “*to bow*”); 2) сприйняття та надання інформації (“*to read*”, “*to say*”). Отже, прецедентний образ “*VAMPIRE*” в романі Б. Стокера лексикалізує базові аспекти прецедентності такими лексемами: *VAMPIRE* = *the Count, who appears and leaves*.

Водночас, як показує серія творів С. Майєр “*The Twilight Saga*”, для сучасної англомовної лінгвокультурної спільноти вампір – це галантний та самодостатній красень, він не п’є людську кров, а харчується лише кров’ю тварин.

Приклад 7

*Edward is undead, from a family of semi-nice vampires who live in the forest, and who have vowed to be “vegetarians” ? that is, live only on animal flesh* (6).

У сазі С. Майєр усі аспекти прецедентності образу “*VAMPIRE*”, а особливо якісні, надзвичайно розгалужені, Так, вампір Каллен (“*Edward*

---

---

*Cullen*") розумний ("intelligent"), добрий ("kind"). Він спритний ("smart"), швидкий ("fast") та сильний ("strong").

#### Приклад 9

*You [Edward] are impossibly fast. And strong.* (S. Meyer)

Отже, цей варіант прецедентного образу "VAMPIRE" та його лексикалізацію можна представити таким чином:

*VAMPIRE = Edward Cullen, who is undead, smart, fast, strong and kind.*

Таким чином, за одне століття аспекти прецедентності важливого для англомовної лінгвокультури образу "VAMPIRE" кардинально змінилися. Чудовисько, яке живе неприродним "життям" та смокче кров, перетворилося на харизматичного юнака,екс-символа, який вільно користується набутками цивілізації, не п'є людської крові й адаптувався до їхнього способу життя. Отже, спостерігається діахронічна трансформацію цього прецедентного образу – від чудовиська до взірця сучасної молодіжної культури, якого хочеться наслідувати, що й відображається на мовних засобах актуалізації цього образу.

Перспективним для подальшої розробки окресленої проблематики є, зокрема, уточнення отриманих результатів за рахунок аналізу інтертекстуальної актуалізації прецедентного образу "VAMPIRE" на матеріалі інших метатекстів.

#### Література

1. Денисова Г.В. В мире интертекста: язык, память, перевод / Г.В. Денисова. – М. : Азбуковник, 2003. – 298 с.
2. Караполов Ю.Н. Предисловие // Денисова Г. В. В мире интертекста: язык, память, перевод. – М. : Азбуковник, 2003. – С. 9-15.
3. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? / В.В. Красных. – М. : Диалог МГУ, 1998. – 352 с.
4. Привалова И.В. Интеркультура и вербальный знак / И.В. Привалова. – М. : Гнозис, 2005. – 472 с.
5. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс / Ю.Е. Прохоров. – М. : Флинта, Наука, 2004. – 204 с.
6. Пьеge-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности / Н. Пьеge-Гро. – М. : ЛКИ, 2008. – 240 с.
7. Слышик Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышик. – М. : Academia, 2000. – 128 с.
8. Фатеева Н.А. Контрапункт интертекстуальности, или интертекст в мире текстов / Н.А. Фатеева. – М. : АГАР, 2007. – 280 с.
9. Чорновол-Ткаченко Р.С. Прецедентний текст як основа реалізації категорій інтертекстуальності (на матеріалі казок Льюїса Керролла) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Р.С. Чорновол-

---

---

Ткаченко. – Х., 2007. – 20 с. 10. Allen G. Intertextuality / G. Allen. – L., NY. : Routledge, 2011. – 238 р.

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

1. American Heritage Dictionary of the English Language [Electronic Source]. – Access.
2. Collins Co-Build Dictionary of the English Language [Electronic Source]. – Access : true.
3. Merriam-Webster Dictionary of the English Language [Electronic Source]. – Access : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/vampire>
4. Meyer S. Twilight: Book 1 / Stephanie Meyer [Electronic Source]. – Access: <http://www.readanybook.com/ebook/twilight-the-twilight-saga-book-1-30>
5. Reviews on “Dracula” [Electronic Source]. – Access : \_1992
6. Reviews on “The Twilight Saga” [Electronic Source]. – Access : <http://www.slashfilm.com/movie-review-twilight/>
7. Stoker B. Dracula / Bram Stoker [Electronic Source]. – Access : <http://www.gutenberg.org/files/345/345-h/345-h.htm>

УДК 811.111: 81-139

**ВИКОРИСТАННЯ АВТЕНТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ  
НА ЗАНЯТТЯХ З ПРАКТИЧНОЇ ГРАМАТИКИ**

**Бабаєва А.Г. (Харків)**

**Науковий керівник:**

**канд. філол. наук, доц. Чорновол-Ткаченко О.О.**

У статті розглядається значення інноваційних методів викладання іноземних мов із використанням відеозаписів як найбільш ефективних з усіх автентичних матеріалів та критерії, за якими їх слід обирати з метою покращення учебового процесу при навчанні граматики англійської мови студентів англійського відділення ІІ курсу факультетів іноземних мов.

**Ключові слова:** автентичні матеріали, відеозаписи, відеоматеріали, інноваційні методи, практична граматика.

**Бабаева А.Г. Использование аутентичных материалов на занятиях по практической грамматике.** В статье рассматривается значение инновационных методов преподавания иностранных языков с использованием видеозаписей как наиболее эффективных из всех аутентичных материалов и критерии, согласно которым нужно их выбирать с целью улучшения учебного процесса при изучении грамматики английского языка студентами английского отделения ІІ курса факультетов иностранных языков.

**Ключевые слова:** аутентичные материалы, видеозаписи, видеоматериалы, инновационные методы, практическая грамматика.

---

---

**Babaieva A.H. Applying authentic materials on the lessons of practical grammar.** The paper considers significance of innovative methods while teaching foreign languages with the help of videos as the most effective authentic materials and the criteria, according to which these materials should be selected in order to improve the academic process of studying practical grammar by the second-year students of the English department of Schools of Foreign Languages.

**Key words:** authentic materials, innovative methods, practical grammar, video materials, videos.

В історії методики викладання іноземних мов завжди існувала низка проблем, пов'язаних із шляхами вивчення мови. В умовах постійного інтенсивного розвитку передових сучасних технологій виникає багато різноманітних засобів та шляхів оволодіння англійською мовою, які базуються не тільки на матеріалах вітчизняних методистів, але й на розроблених методиках закордонних країн. Протягом багатьох років вчені методисти розробляють нові підходи до викладання іноземної мови, і одними з найуспішніших з них є інноваційні методи із використанням автентичних матеріалів. В наш час використання автентичних матеріалів є дуже актуальним, адже воно орієнтовано на реальне спілкування та на використання лінгвістичних конструкцій і граматичних правил, що вживаються носіями мови. Крім того, використання автентичних матеріалів ще не зазнало свого повного масштабу в нашій країні, адже сучасна система освіти ще не розробила конкретних методик навчання та теоретичної бази на основі автентичних матеріалів, які би були ефективними в процесі навчання учнів вищих навчальних закладів, що власне і складає актуальність нашого дослідження. Об'єктом дослідження є процес використання автентичних матеріалів на заняттях з англійською мовою. Предметом дослідження становить методика формування граматичної компетенції за допомогою автентичних матеріалів.

Метою роботи є теоретично обґрунтувати необхідність використання автентичних матеріалів на уроках англійської мови.

За всю історію людства була розроблена величезна кількість навчальних методів. Але постає проблема визначення, який же метод навчання є найбільш ефективним. З роками, традиційні методи викладання іноземної мови, такі як граматико-перекладний, текстуально-перекладний, прямий, натуральний ті інші, відходять на другий план, адже виникають нові, інноваційні методи, які застосовують автентичні матеріали в процесі навчання.

Сьогодні існує декілька підходів до визначення сутності поняття *автентичні матеріали*. Кричевська К. С. дає таке визначення автентичним матеріалам: це справжні літературні, фольклорні, образотворчі, музичні

---

---

твори, предмети реальної дійсності, такі, як одяг, меблі, посуд і їх ілюстративні зображення [3, с. 13-15]. Дослідниця виділяє матеріали повсякденного і побутового життя в самостійну групу: групу прагматичних матеріалів (оголошення, анкети-опитувальники, вивіски, етикетки, меню та рахунки, карти, рекламні проспекти з туризму, відпочинку, товарів, робочих вакансій, тощо), які за доступністю і побутовим характером застосування представляються досить значними для створення так званого середовища проживання носіїв мови, і вважає, що їх роль на порядок вище автентичних текстів з підручника, хоча вони можуть поступатися їм за обсягом. До поняття *прагматичні матеріали* варто віднести також аудіо- та аудіовізуальні матеріали, такі, як інформаційні радіо- і телепрограми, зведення новин, прогноз погоди, інформаційні оголошення по радіо в аеропортах і на вокзалах.

Одним із найефективніших видів автентичних матеріалів є відеозаписи. Відеотехніка за останні роки зазнала ряд удосконалень і отримала широке поширення. У розпорядженні викладачів є DVD-програвачі, цифрові відеокамери, мультимедійні класи. Це відкриває великі перспективи і можливості використання відео на практичних заняттях. Загально відомим є той факт, що використання відеозаписів під час практичних занять з іноземної мови сприяє індивідуалізації навчання та підвищує рівень мотивації розвитку мовленнєвої діяльності студентів. Слід зазначити, що застосування такого виду діяльності на занятті – це не тільки використання ще одного джерела інформації. Ефективність перегляду відеоматеріалів є високою, бо вони сприяють розвитку різних типів психичної діяльності студентів та покращенню уваги та пам'яті. Крім того, під час перегляду відеоматеріалу в навчальній аудиторії виникає атмосфера спільної пізнавальної діяльності.

Що стосується безпосереднього перегляду відеофільмів при вивчені іноземних мов, то дуже важливою є правильна розробка методики використання фрагментів художніх фільмів і додаткових матеріалів. Існує низка варіантів використання відеоматеріалів різного типу на заняттях з іноземної мови. Відеоматеріали можна позділити на такі групи:

- постановочні навчальні ролики;
- музичні та рекламні відеокліпи;
- повнометражні художні фільми і телесеріали;
- додаткові матеріали, у тому числі рекламні трейлери;
- відеозаписі різних виступів;
- відеопрограми для вивчення окремих аспектів мови.

Однак, для досягнення найбільшої ефективності необхідно пам'ятати про критерії, за якими слід обирати автентичні матеріали:

- застосований відео матеріал повинен відповідати рівню знань учнів;

- 
- 
- наочність повинна використовуватися в міру і показувати її слід поступово і тільки у відповідний момент уроку;
  - спостереження повинно бути організоване таким чином, щоб усі учні могли добре бачити демонстрований відео матеріал;
  - необхідно чітко виділяти головне, істотне;
  - детально продумувати пояснення, що даються в ході демонстрації відеоматеріалу;
  - демонстрований відео матеріал повинен бути точно узгоджений з досліджуваним навчальним матеріалом, відповідати вивчаєму.

Під час роботи з відеоматеріалами викладач може запропонувати учням велику кількість різноманітних завдань, як наприклад коротке викладення основного змісту відео фрагмента; завдання, спрямовані на пошук вивченого матеріалу; завдання, спрямовані на розвиток соціокультурних умінь; завдання на заповнення пропусків в діалозі та інші.

Згідно з діючою програмою, в Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна студентам англійського відділення ІІ курсу факультету іноземних мов, на заняттях з практичної граматики пропонується вивчення модальних дієслів та конструкцій (Modal Verbs), умовного способу (Subjunctive Mood) та вживання артиклів (Use of Articles) в англійській мові. Зазвичай студентів вчать за загально прийнятою методикою, за підручниками В.Л. Каушанської «English Grammar», І.П. Крилової та Є.М. Гордон «Modern English Grammar», Л.О. Барміної «Learning to Use Articles». Студентам задають читати та аналізувати теоретичний матеріал, а потім на заняттях вони обговорюють цей матеріал та роблять вправи на закріплення того чи іншого граматичного явища. Але, враховуючи усі вище перелічені переваги використання автентичних матеріалів, зокрема відеоматеріалів, було б влучним доповнити класичну методику викладання, запропонувавши студентам учбові відеозаписи із поясненням тієї чи іншої теми.

Наприклад, під час вивчення умовного способу, а саме вживання конструкції *«I wish...»*, перед ознайомленням з теоретичним матеріалом, або ж після нього, але перед обговоренням складнощів граматичного явища, було би доцільно продемонструвати учням невеликий відеозапис, а саме відео-урок, в якому досвідчений вчитель-носій мови пояснює вживання такої конструкції. Таке тлумачення граматичного явища є дуже ефективним, адже, по-перше, учні мають можливість слухати носія мови, тобто відчувати особливості вимови та інтонації людини у мові, яка є рідною для неї. По-друге, якщо теорія виявилася занадто складною для сприйняття, носій мови зможе пояснити те ж саме граматичне явище, але в більш простій формі. По-третє, носій мови пояснює не тільки структуру граматичного явища, але й умови, за якими воно вживається. Все це він

---

---

пояснюю англійською мовою, що мотивує студентів та дає їм можливість сприйняти матеріал так, як його сприймають носії мови, без опори на рідну мову. Носій мови також схематично пояснює, як обирати форму дієслова в даній конструкції та як правильно будувати речення.

Під час перегляду цього відео викладач може зупиняти його, наводити схожі приклади та просити студентів проаналізувати приклад, пояснюючи його таким чином, як вони щойно почули у відео фрагменті. Даний вид роботи буде сприяти подальшій вмотивованості студентів у вивчені граматики.

Після вивчення цього граматичного явища ми вважаємо за доцільне запропонувати ще один вид роботи з використанням автентичних матеріалів, але на цей раз з метою перевірки навичок та вміння оперувати ними, перевірки компетентності учнів знаходити вивчене граматичне явище у повсякденному мовленні та під час спілкування мовою, що вивчається. Даний тип вправ і завдань орієнтований на пошук та фіксування вивчених граматичних явищ. У даному випадку не стільки формуловання завдання, як зміст вправи забезпечує ту чи іншу ступінь ефективності та виправданості виконання завдання. Приклади вправ (після перегляду відеофрагменту):

- заповніть пропуски в пропозиціях потрібними словами і виразами;
- запишіть усі модальні дієслова, які вживалися у відеосюжеті;
- запишіть дієслова з наведеного нижче списку в тій граматичній формі, в якій вони були вжиті в тексті.

З огляду на сказане вище можемо зробити висновок, що існує безліч нестандартних форм роботи викладача, метою яких є активізувати увагу та інтерес студентів до вивчення іноземної мови. Але метод перегляду відеоматеріалів є ефективною формою навчальної діяльності, яка не тільки активізує увагу студентів, але й сприяє вдосконаленню їх граматичних навичок, а також допомагає краще зрозуміти вивчений матеріал.

Перспективою розвитку проблематики, що обговорюється у статті, є розгляд можливостей впровадження інноваційних методів у процес академічного навчання та використання автентичних матеріалів на заняттях з практичної граматики.

#### Література

1. Азимов Э.Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – М. : ИКАР, 2009. – 448 с. 2. Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам: пособие для учителя / Н.Д. Гальскова. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : АРКТИ, 2003. – 192 с.
3. Кричевская К.С. Прагматические материалы, знакомящие учеников

---

---

с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка / К.С. Кричевская // Иностранные языки в школе. – 1996. – № 1. – С. 13–17. 4. Михайленко Т.А. Інноваційні технології у вивченні англійської мови / Т.А. Михайленко. – К. : Шк. світ, 2008. – 128 с. 5. Stempleski S. Video in action. Recipes for using video in language teaching / S. Stempleski, B. Tomalin. – Cambridge University Press, 1993. – 132 p.

УДК 811.111-26

## СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЛЕКСИЧНОГО РІВНЯ У РОМАНАХ ІВЛІНА ВО

**Багнюкова А.А. (Донецьк)**

**Науковий керівник:**

**канд. пед. наук, доцент Дудоладова А.В.**

У контексті стилістичних засобів лексичного рівня висвітлюються метафори, метонімії та синекдохи, вжиті у вибраних художніх текстах Івліна Во. Розглянуто поняття «стилістика», «образотворчі мовні засоби», «тропи». Систематизовано відібрані одиниці та зроблено висновки щодо частотності їх вживання у проаналізованих текстах.

**Ключові слова:** метафора, метонімія, синекдоха, стилістика, тропи.

**Багнюкова А.А. Стилистические способы лексического уровня в романах Ивлена Во.** В контексте стилистических средств лексического уровня освещаются метафоры, метонимии и синекдохи, использованные в выбранных художественных текстах Ивлена Во. Рассмотрено понятия «стилесттика», «изобразительные средства языка», «тропы». Систематизированы отобранные единицы и сделаны выводы относительно частотности их употребления в проанализированных текстах.

**Ключевые слова:** метафора, метонимия, синекдоха, стилесттика, тропы.

**Bagnuykova A.A. Stylistic methods of lexical level in Ivlin's Vo novels.** The article is devoted to stylistic means of lexical level such as metaphors, metonymies and the synecdoches used in the chosen novels of Evelyn Waugh. It is considered the concepts "stylistics", "language means of image", "figures of speech". Selected units are systematized and conclusions concerning rate of their use in the analyzed texts are made.

**Keywords:** figures of speech, metaphor, metonymy, stylistics, synecdoche.

Стилістика є частиною мовознавства, що займається дослідженням стилівої різноманітності мови, стилістичних прийомів, виразних засобів та їх впливом на сприйняття тексту реципієнтом.

---

---

Лінгвістика і теорія мови на сучасному етапі розвитку представлена рядом теоретичних досліджень, які трактують різноманітні аспекти експресивних засобів англійської мови. Але більшість з них заснована на аналізі творчості представників класичної художньої літератури, залишаючи творчість великого пласти письменників без належної уваги. Саме тому актуальність нашого дослідження зумовлена необхідністю аналізу художньої мови англійського письменника-сатирика середини минулого століття Івліна Во, творчість якого є малодослідженою та викликає інтерес у науковців його спадщини, зокрема в аспекті використання стилістичних засобів у творчості письменника. Об'єктом нашої уваги є стилістичні засоби у творчості I. Во, а предметом – функції цих стилістичних засобів в проаналізованих текстах автора: романах «A Handful of Dust», «Scoop» та «Brideshead Revisited».

Завдання нашої розвідки полягають в аналізі та систематизуванні стилістичних засобів лексичного рівня у творчості I. Во та кількісному аналізі вживання тих чи інших стилістичних фігур.

Матеріалом дослідження слугували романи I. Во «A Handful of Dust», «Scoop» та «Brideshead Revisited».

Під час дослідження ми спирались на загальнотеоретичні та спеціальні наукові праці вчених-лінгвістів в галузі стилістики та лексикології І.Р. Гальперіна [5], Ю.М. Скребнева [8], Н.Д. Арутюнової [2], В.Н. Телії [9], І.В. Арнольда [1] та ін.

Реалізація художньо-естетичної функції мови здійснюється завдяки ототожненню явищ життя людини та природи й набуває унаслідок цього властивість переносити ознаки з предмету на предмет за подібністю (метафора), або за суміжністю (метонімія), наближаючи далекі за значенням слова, формує та розвиває багатозначність слова, надає мові фонологічну організацію, ритмічність та образність [7, с. 135]. Образність створюється письменником найрізноманітнішими мовними засобами, для цього він користується усім багатством мови. Творення художнього тексту вимагає пошукув, вигадки, винахідливості, гостроти зору, розкриття творчої індивідуальності автора [7, с. 136].

Аналіз мови художніх творів завжди здійснюється з поділом стилістичних засобів на образотворчі та виразні [1, с. 54].

**Образотворчими мовними засобами** називають всі види образного вживання слів, словосполучень та фонем, об'єднуючи їх під загальним терміном «тропи». Образотворчі засоби є здебільшого дескриптивними та переважно лексичними: це метафора, метонімія, гіпербола, літота, іронія, перифраза і т.д. [1, с. 54].

**Viразні засоби**, або фігури мови, не створюють образів, а підвищують виразність мови та підсилюють її емоційність за допомогою особливих

---

---

синтаксичних конструкцій: інверсія, риторичне питання, паралельні конструкції, контраст і т.д. [1, с. 54].

На сучасному етапі розвитку стилістики ці терміни зберігають свою актуальність, але досягнутий лінгвістикою рівень дозволяє дати їм нове тлумачення. Перш за все багато дослідників відзначають, що образотворчі засоби можна характеризувати як парадигматичні, оскільки вони засновані на асоціації вибраних автором слів та виразів з іншими близькими їм за значенням і тому потенційно можливими, але не представленими в тексті словами, по відношенню до яких їм віддана перевага [1, с. 54; 4].

Розподіл стилістичних засобів на виразні та образотворчі досить умовний, оскільки образотворчі засоби, тобто *тропи*, виконують також експресивну функцію, а виразні засоби можуть брати участь в утворенні образності та зображення [1, с. 55].

*Тропи* – це стилістично марковані слова або вирази, що називають об'єкт або його властивість не по тих особливостях, які йому властиві по самій його суті, а по тих асоціаціях, які вони викликають [6, с. 135]. До них відносяться: епітет метафора, метонімія, синекдоха, гіпербола, перифраз, евфемізм, мейозис, літота, алегорія, антономазія, персоніфікація, іронія, оксиморон, антитеза, клімакс, зевгма.

До стилістичних засобів лексичного рівня, що є безпосередньо об'єктом нашого дослідження, відносяться метафора, метонімія та синекдоха.

Метафору визначають як троп, що складається у вживанні слів і висловлювань у переносному значенні на підставі подібності речей по кольорі, формі, характеру рухів і т. п. [3, с. 34]. Це приховане порівняння, здійснюване шляхом назви одного предмету замість другого, виявляючи таким чином його важливу рису. Так, виражена одним образом метафора називається простою, але вона необов'язково однословівна. Розгорнута, або розширенна, метафора складається з декількох метафорично вжитих слів, що створюють єдиний образ, тобто з ряду взаємозв'язаних і доповнюючих один одного простих метафор, що підсилюють вмотивованість образу шляхом повторного з'єднання все тих же двох планів і паралельного їх функціонування [7, с. 29]. Наприклад: «*He wrote a large, schoolgirlish hand with wide spaces between the lines*» [10, с. 54]. «*Sap ran thin and slow; a gusty night always brought down a litter of dead timber*» [12 с. 13]. «*They never escape once she's had her teeth into them.*» [11, с. 29].

Метонімія – троп, заснований на асоціації по суміжності. Вона є не прикрасою існуючого значення, а носієм нової інформації. Метонімія визначається як перенос найменування, заснований на семантичній суміжності. Під семантичною суміжністю розуміються різноманітні зв'язки між предметами й поняттями, як зовнішні, речовинні, так і

---

---

внутрішні, логічні – наприклад, зв’язок між матеріалом і предметом, добутком і виробником, причиною й наслідком, знаком і поняттям, місцем і функцією або станом тих, хто там перебуває, інструментом до дії або результатом дії, стани або якості. Причому таке перенесення здійснюється на основі суміжності у просторі, часі, причинно-наслідковій або логічній послідовності, коли назви окремих елементів, речей або ситуацій переносяться на сусідні об’єкти [8, с. 135]. Наприклад: «*William distributed silver*» [12, с. 38]. «*He put on his dressing gown and slippers and went through into Guinevere*» [10, с. 11]. «*His nanny loved very much this wool*» [11, с. 43].

Синекдоха – різновид метонімії, що полягає у заміні однієї назви іншою за ознакою партитивного кількісного відношення між ними. Наприклад, назва цілого замінюється назвою його частини, загального – конкретною назвою, множину – одною та навпаки [1, с. 86]. Наприклад: «*The troops did not like Hooper because he knew too little about his work and would sometimes ‘address them individually as ‘George’ at stand-easies.*» [11, с. 6]. «*Half the house party wondered why Beaver was there; the other half knew*» [10, с. 55].

Проаналізувавши відбраний матеріал ми дійшли наступних висновків:

1. Метафори, вжиті автором у тексті, представлено наступними різновидами (за класифікацією Н. Д. Арутюнової) [2, с. 12]:

- *номінативні*, що складаються в заміні одного дескриптивного значення іншим і омонімії, що служать джерелом. Наприклад, «*She had got herself in line with the other married women of her world*» (лексема **world** вжита замість лексеми **круг спілкування**). Наприклад, “*I used to know her. She is hell.*” (метафора **hell** вжита на позначення негативної поведінки жінки) [10, с. 42].

- *образні метафори*, що служать розвиткові фігулярльних значень і синонімічних засобів мови. Наприклад: «*He’s second rate and a snob and, I should think, as cold as a fish, but I happen to have a fancy for him, that’s all...*» [10, с. 44] (метафора **He’s second rate** позначає суспільне становище героя). Наприклад: «*She emerged from the train, after two hours and a quarter in a carriage crowded five a side, looking as fresh and fragile as if she had that moment left a circle of masseuses, chiropodists, manicurists and coiffeuses in an hotel suite*» (метафора **emerged** вжита на позначення дії героїні, що нагадує дії птака) [10, с. 32].

2. В текстах зустрічаються метонімічні переноси за суміжністю в наступних аспектах:

- «*добуток – виробник*». Наприклад: «*Josephine, the eight-year-old Stitch prodigy, saton the foot of the bed construing her day’s passage of Virgil*» [12, с. 3]. (ім’я античного письменника **Virgil** використано автором

---

---

замість вживання словосполучення «*twip Вергелія*»); «*I know it isn't fashionable to like this sort of architecture now – my Aunt Frances says it is an authentic Pecksniff – but I think it's good of its kind*» [10, с. 29] (прізвище архітектора **Pecksniff** вжито на позначення архітектурних споруд, створених за його проектами);

- матеріал – предмет/речовина. Наприклад: «*William distributed silver*» [12, с. 38] (назву речовини «**silver**» – «срібло» вжито замість результату, зробленого з цієї речовини – «грошей»); «*I regularly drank three glasses before dinner, never more or less, and went to bed immediately after the nine o'clock news*» [11, с. 5] ( склянка використана замість напою, який в ній містився).

3. Синекдоху в проаналізованому матеріалі використано на позначення:

- назви цілого замість назви його частини. Наприклад: «*He stretched out his arm and found a telephone; as he lifted it, the ringing stopped; a voice said, "Mr. Salter on the line"*» [12, с. 29] (**voice said** вжито замість позначення людини).

- множини замість одинини та навпаки. Наприклад: «*The table buzzed with praise of John Boot*» [12, с. 8]. (лексема **table**» вжита замість людей, які безпосередньо приймали участь у бесіді).«*Mrs. Stitch turned her face of clay, in which only the eyes gave a suggestion of welcome, towards her visitor*» [12, с. 3] (метонімія «**eyes gave a suggestion of welcome**», використана замість позначення людини, яка безпосередньо виконується людиною).

**Висновки:** методом часткової вибірки із зазначених творів було відбрано 200 одиниць, з яких 94 одиниці виявились метафоричними, 53 – метонімічними, а 53 представляють синекдоху. Найпоширенішими метафорами виявились ті, що створюють образи, що свідчить про намагання автора відтворити в уявленні реципієнта дух епохи, що зображенна, почуття героїв та красу зовнішнього світу. Превалююча кількість метонімій (якщо розглядати їх разом з синекдоху, що є різновидом метонімії) демонструє зв'язок між назвою предмету та його значенням (змістом), що вказує на бажання автора познайомити читача з реаліями того часу та подати їх не як власні назви, а як слова загально вжитку. Перспективу дослідження вбачаємо в подальшому вивченні лексичного складу мови творів Івліна Во та ролі художніх засобів у передачі авторської картини світу.

#### Література

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка / И.В. Арнольд. – М. : Просвещение, 1981. – 259 с. 2. Арутюнова Н.Д. Метонимия и метонимические переносы / Н.Д. Арутюнова. – М.,

---

---

2004. – 302 с. 3. Бессарабова Н.Д. Метафора як мовне явище. Значення і смисл слова: художественний язык, публицистика / Н.Д. Бессарабова. – М. : Ізд-во МГУ, 1987. – 200 с. 4. Блэк М. Теория метафоры / М. Блэк. – М., 1990. – 388 с. 5. Гальперин И.Р. Стилистика / И.Р. Гальперин. – М., 1981. – 186 с. 6. Пешковский А.М. Принципы и приёмы стилистического анализа и оценки художественной прозы / А.М. Пешковский // Сборник статей по вопросам методики родного языка, лингвистики и стилистики. – М. : Литература, 1930. – С. 133-137. 7. Сериков А.Е. Метафора и метонимия в практическом действии / А.Е. Сериков // Вестник Самарской гуманитарной академии. Выпуск «Философия. Филология». – 2007. – № 1. – С.132-142. 8. Скребнев Ю.М. Очерк теории стилистики / Ю.М. Скребнев. – Горький, 1975. – 175 с. 9. Телия В.Н. Метафора в языке и тексте / В.Н. Телия. – М. : Наука, 1980. – 186 с. 10. Waugh E. A Handful of Dust / E. Waugh. – Back Bay Books, 1999. – 320 p. 11. Waugh E. Brideshead revisited / Evelyn Waugh. – Back Bay Books, 2012. – 432 p. 12. Waugh E. Scoop / Evelyn Waugh. – Back Bay Books, 2012. – 304 p.

УДК 811.133.1'373.611:001.4

## ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ СЛОВОТВОРЕННЯ В СУЧASNІЇ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

**Балашова Т.Ю. (Харків)  
Науковий керівник:  
канд. філол. наук, доц. Джандоєва П.В.**

У термінології, як і в загальнолітературній мові, використовуються різні засоби словотворення. Стаття присвячена визначенню особливостей терміновтворення, найуживаніших засобів терміновтворення та їх продуктивності в сучасній французькій мові.

**Ключові слова:** засоби словотворення, неологізми, словотворення, термін, терміновтворення.

**Балашова Т.Ю. Терминологическое словообразование в современном французском языке.** В терминологии, как и в общелитературном языке, используются различные способы словообразования. Статья посвящена определению особенностей терминообразования и самых употребляемых способов терминообразования, а также их продуктивности в современном французском языке.

**Ключевые слова:** неологизмы, словообразование, способы словообразования, термин, терминообразование.

---

---

**Balashova T.Y. Term formation in modern French language.** In terminology like in common literary language different methods of word formation are used. The article deals with term formation peculiarities and the most widespread methods of term formation as well as their productiveness in modern French.

**Key words:** methods of word formation, neologisms, term, term formation, word formation.

Об'єктом дослідження виступають засоби термінотворення сучасної французької мови. Предметом дослідження виступають особливості термінотворення в сучасній французькій термінології.

Основною метою є показ на матеріалі термінологічної лексики сучасної французької мови використання усіх словотворчих засобів, властивих сучасній термінології, та виявлення особливостей термінотворення в сучасній французькій мові.

Актуальність нашого дослідження пояснюється тим, що саме на матеріалі термінологічної лексики найбільш ясно проявляється дія законів мови, головним чином словотворчих, а правильне розуміння закономірностей сучасного термінологічного словотворення сприятиме здійсненню практичного термінотворення. Новизна дослідження полягає в аналізі саме сучасних процесів термінотворення у сучасній французькій термінології з наданням статистичних викладок.

Сьогодні існує безліч визначень поняття «термін», які відображають різні підходи іх авторів до цього поняття. Більшість дослідників розуміють термін як слово або словосполучення, пов'язане з поняттям, що належить до якої-небудь галузі знань або діяльності [1, с. 9].

Але багато сучасних дослідників термінології відійшли від такого консервативного розуміння поняття терміну. І більш прийнятним вважають наступне визначення терміну: слово або словосполучення, одне або декілька значень яких є спеціальними [2, с. 49].

Що стосується словотвору, то він є одним з найважливіших джерел поповнення лексичного запасу французької мови. Сам термін «словотвір» є неоднозначним: словотвір як мовне явище – це утворення слів, а словотвір як наука (дериватологія) – це вивчення і опис слів з боку їх утворення.

Загальними особливостями власне термінологічного словотвору є наступні:

1. терміни створюються як найменування понять, пов'язаних з вузькою, професійною областю, і призначенні служити засобом спілкування певної групи професійно пов'язаних між собою людей;

2. термінологічний словотвір – завжди процес свідомий, а не стихійний; свідоме термінотворення робить його контролюваним, регульованим процесом;

---

---

3. при створенні терміна необхідно враховувати не тільки активність його вживання, а й словесне розкриття змісту термінологічної номінації;

4. словотворчі засоби, такі як афікси і складання, виконують значну роль у створенні зрозумілої внутрішньої форми терміна;

5. термін не тільки іменує поняття, але і відображає в якісь мірі зміст поняття, чому сприяє, зокрема, створення переважно складених термінів, які здатні повніше відобразити ознаки поняття.

Серед засобів словотвору виділяють: морфологічний, синтаксичний і семантичний.

Морфологічний словотвір передбачає утворення нових слів за допомогою словотворчих морфем. До морфологічного типу словотвору відносяться суфіксація, префіксація, словоскладання, абревіація, конверсія і запозичення.

При суфіксальному засобі словотвору словотвірні значення виражаються за допомогою суфіксів: *fonctionner – fonctionnement*, *rigide – rigidité*. Префіксацією називається такий афіксальний засіб словотвору, при якому словотвірні значення виражаються за допомогою префіксів: *non-métal*, *antifeu*. Парасинтезом, або префіксально-суфіксальним засобом словотвору, називається словотвір нових слів шляхом одночасного приєднання до твірної основи префікса і суфікса: *dégraisser*, *intercellulaire*, *démontable*.

Під словоскладанням розуміється такий засіб словотвору, при якому в одному складному слові з'єднуються два простих слова або слово і основа: *cohaut-fourneau*, *presse-étoipe*.

Конверсія – це морфолого-синтаксичний засіб словотвору, за допомогою якого слово переходить з однієї частини мови в іншу без зміни своєї фонетичної форми, шляхом зміни синтаксичної функції і морфологічної парадигми: *moteur* (*m*) – *двигун* (*іменник*), *moteur* – *рушийний, руховий* (*прикметник*).

Абревіація – це процес створення одиниць вторинної номінації зі статусом слова, який полягає в усіченні любих лінійних частин джерела мотивації і який в результаті призводить до появи такого слова, яке у своїй формі відображає яку-небудь частину або частини компонентів вихідної одиниці: *inox* (*inoxydable*), *PAC* (*rompe à chaleur*), *AND* (*acide désoxyribonucléique*).

Запозичення – це елемент чужої мови (слово, морфема, синтаксична конструкція), перенесений з однієї мови в іншу в результаті мовних контактів, а також сам процес переходу елементів з однієї мови в іншу: *watt*, *gaz-oil*.

Лексико-семантичний засіб словотвору полягає в тому, що різні значення одного й того ж слова перетворюються на різні слова, які

---

---

усвідомлюються як етимологічно самостійні і залежні, або в тому, що за існуючим у мові словом закріплюється значення, яке не пов'язано з раніше йому властивим значенням: *rossignol* – *некодовий товар (rossignol – слової)*, *fatigue* – *втома (металу)*.

Синтаксичним засобом створюються численні складові терміни, або словосполучення, а сам цей засіб є одним з основних (поряд з семантичним та морфологічним), що володіє високим ступенем продуктивності.

Зараз існує тенденція називати словосполучення синтагмами. Синтагма – це поєднання як мінімум двох членів, пов'язаних між собою тим чи іншим відношенням, де один член є означуваним, а інший означаючим: *arbre à cardan* – *карданний вал*, *chemise de refroidissement* – *охолоджувальний коксух*.

З метою визначення найуживаніших засобів термінотворення в сучасній французькій мові в текстах, насичених термінами, було проведено дослідження, а саме – проаналізовано текст технічної тематики (15 000 знаків).

Згідно з отриманими даними, серед термінів, утворених афіксальним засобом словотворення, найбільше число припадає на долю суфіксальних утворень (74,3%), найменше – на частку парасинтетичних (11,4%).

Серед суфіксальних утворень найбільш продуктивними є наступні суфікси: *-ation/-ition*, за допомогою яких утворено 26,9%. Друге, третє і четверте місця належать суфіксам *-eur/-ateur*, *-age i -ement/-issement* (11,5%).

У проаналізованому тексті також були знайдені різні терміни-скорочення, наприклад: *maxi (maximum)*, *CA (courant alternatif)*, *API (від англ. Application Programming Interface)*. Було знайдено 2 терміни, утворені засобом складання: *court-circuit*, *presse-étoile*. Також був виявлений один термін, утворений засобом конверсії: *électronique* як іменник ж.р. (*електроніка*) і як прикметник (*електронний*).

Були виявлені терміни, утворені лексико-семантичним засобом: *vanne papillon*, *flamme parasite*, *corps*. Прикладів термінів, утворених синтаксичним способом, безліч, наприклад: *sonde d'ionisation*, *cellule UV, fonctionnement continu*, *coupure d'alimentation*.

Слід особливо відзначити факт використання словотворчої моделі типу N1 + N2. Мовна практика, її відображення в пресі і в літературі говорить про надзвичайну поширеність в сучасній французькій мові даної моделі. Такі словотворення не завжди фіксуються в словниках: вони вільно утворюються в мові, представляючи собою регулярні синтаксичні утворення. Але слід зазначити, що дані словотворчі моделі утворюють мовні одиниці, лінгвістична природа яких не визначається в мові досить

---

---

чітко. Ці мовні одиниці зазвичай відносять до одиниць з невизначеним словотворчим статусом.

У ході дослідження були виявлені наступні приклади даного явища: *position fermeture*, *vanne gaz*, *électrovanne air*, *flamme parasite*, *électrode étoile*, *position ventilation*. Також був знайдений приклад типу N + N + N: *vanne papillon air*.

Особливості термінологічного словотвору в сучасній французькій мові неможливо дослідити без аналізу термінів-неологізмів, бо саме вони свідчать про тенденції термінотворення.

Неологізм – це нове слово або вираз, що з'явилося в мові в певний час, створене для позначення нового значення чи поняття. Термінологічні неологізми – це нові термінологічні одиниці або словосполучення, що позначають нове науково-технічне поняття. З точки зору форми, це можуть бути вже існуючі в лексичній системі мови слова, що вживаються в новому значенні, або лексикографічні одиниці, що мають не тільки нове значення, а й нову форму або тільки нове значення, створені за словотворчими моделями даної мови або запозичені з інших мов і усвідомлювані фахівцями протягом певного часу як нові позначення.

В рамках дослідження було проаналізовано 110 термінів неологізмів з трьох тематик (нафта й газ, ядерна інженерія, космічна наука і техніка). Ці терміни наведені у доповіді Загальної комісії з термінології та неології за 2012 рік [3].

Стосовно суфіксального засобу словотвору, здається, що він не дуже поширений в сучасній французькій термінологічній неології. Проаналізувавши 38 неологізмів з тематики нафти й газів, ми виявили лише 2 терміни, утворені за допомогою суфіксального засобу словотвору, що складає лише 5,3% усіх слів цієї тематики: *inertage* і *valorisation*. Для дослідження була обрана також тематика ядерної інженерії. Результати наступні: з 22 термінів лише 6 утворені суфіксальним засобом, що складає 27,3%: *américié*, *béryllié*, *rupté*, *tritié*. А якщо взяти наведені 50 термінів з тематики космічної науки і техніки, то необхідно відзначити, що жоден з них не утворений суфіксальним засобом словотвору.

Проаналізувавши вищевказані тематики на наявність термінів, утворених за допомогою префіксального засобу, була виявлена лише одна термінологічна одиниця з тематики ядерної інженерії, утворена таким чином (*inétanche*), що складає 4,5% та чотири слова з тематики космічної науки і техніки (*astromatériau*, *cryosphère*, *gravipause*, *gravitropisme*), що становить 8%. Термінів-неологізмів з тематики нафти та газу, утворених цим засобом, виявлено не було. Таким чином можна зробити висновок, що цей засіб словотвору неологізмів використовується рідко.

Проаналізував 38 неологізмів з тематики нафти й газів ми виявили лише

---

---

один термін – *dessalage*, утворений парасинтетичним засобом словотвору, що складає 2,6%. З 50 термінів з тематики космічної науки і техніки було виявлено 3 терміни-неологізми, утворені за допомогою парасинтетичного засобу словотвору: *géorepérage*, *géoingénierie*, *gravistimulation*, що складає 6% від досліджуваного обсягу термінів. Неологізмів, утворених даним засобом у тематиці ядерної інженерії, виявлено не було.

Терміни, утворені засобом складання, тобто складанням двох слів, також не є частими серед нових термінів. Так, з вищезазначених 38 термінів-неологізмів з тематики нафти і газу за 2012 рік лише 4 утворені засобом складання, що становить 10,5%: *collecteur-distributeur*, *vide-vite*, *carburéacteur*. Серед 22 термінів-неологізмів з тематики ядерної інженерії утворених засобом складання виявлено лише один (*anthroporadiométrie*), що складає 4,5%. Серед 50 неологізмів з тематики космічної науки і техніки утворених засобом складання – 1 (*baryogénèse*), що становить 2%.

Серед термінів-неологізмів можна зустріти абревіатури, їх не дуже багато, до того ж, всі вони вузькоспеціальні, і можуть бути відомі лише фахівцям у конкретній області, наприклад *EEAG* – *ester éthylique d'acide gras*, *RHT* – *réacteur à haute température*, *MACHO* – *mature astronomique compacte dans un halo*.

Що стосується термінів-сintагм, то серед 38 термінів-неологізмів з тематики нафти й газу – 27 є термінами-сintагмами, які мають різні сintагматичні зв’язки (71,1%): *forage tubant*; *liaison ombilicale*; *pétrolier navette*; *mise à la torche*.

Таким самим чином на наявність термінів-сintагм було проаналізовано 22 терміни з тематики ядерної інженерії. Серед них було виявлено 13 термінів-сintагм (59,2%): *coeur homogène*, *couche poreuse*, *combustible à particules*.

Серед 50 термінів-неологізмів тематики космічної науки та техніки було виявлено 38 термінів-сintагм (76%): *planétesimal*, *halo galactique*, *œdème de la face*, *particule interagissant faiblement avec la matière*, *corps moteur vernier*.

Тож ми можемо зробити наступні висновки: саме сintагматичне словотворення на даний час є найпродуктивнішим засобом словотворення нових термінів (?60-75%). При створенні нових термінів використовуються вже існуючі слова, які комбінуються і утворюють нові вирази. Таким чином значно полегшується усвідомлення нових термінів та їх запам’ятовування.

Перспективою роботи є подальше і глибше дослідження тенденцій термінотворення у сучасній французькій мові та виявлення найбільш продуктивного засобу утворення термінів, які обслуговують різні термінологічні системи.

---

---

### Література

1. Бархударов С.Г. О значении и задачах научных исследований в терминологии области / С.Г. Бархударов // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М. : Наука, 1970. – С. 7–11.
2. Зяброва О.А. Определение термина в когнитивно-дискурсивной парадигме знания / О.А. Зяброва // Проблемы и методы современной лингвистики : сб. науч. трудов. Вып. 1 / Рос. акад. наук; Ин-т языкознания; Совет молодых ученых; отв. ред. Е.Р. Ионесян. – М. : Институт языкознания РАН, 2005. – 49 с.
3. Rapport annuel de la Commission générale de terminologie et de néologie [Електронний ресурс]. – 2012 – Р. 121. – Режим доступу : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publies/134000575/0000.pdf>

УДК 821.133.1 – 3 Юрсенар.09

## **СПЕЦИФІКА МОТИВНОЇ СТРУКТУРИ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МОТИВУ ПОКАРАННЯ В МАЛІЙ ПРОЗІ МАРГЕРІТ ЮРСЕНАР (на матеріалі збірки «Східні новели»)**

**Баліка І.П. (Харків)  
Науковий керівник: ст. викл. Сатановська Г.С.**

Стаття присвячена аналізу реалізації мотиву покарання в новелах збірки «Східні новели». В ході виконання даного аналізу було виявлено, що мотив покарання є провідним мотивом всієї збірки та у світосприйнятті письменниці означає початок нового етапу в житті героїв.

**Ключові слова:** злочин, М.Юрсенар, мотивна структура, мотив покарання, «Східні новели».

**Баліка И.П. Специфика мотивной структуры и реализация мотива наказания в малой прозе М.Юрсенар (на материале сборника «Восточные новеллы»).** Статья посвящена анализу реализации мотива наказания в новеллах сборника «Восточные новеллы». В ходе выполнения данного анализа, выявлено, что мотив наказания является ведущим мотивом всего сборника и что в мировоззрении писательницы является символом начала нового этапа в жизни героев.

**Ключевые слова:** «Восточные новеллы», М.Юрсенар, мотивная структура, мотив наказания, преступление.

**Balika I.P. Particularities of motive's structure and the realization of punishment motive in the flash fiction of M.Yourcenar (based on “Oriental tales”).** This article is dedicated to the analysis of motive's structure and the realization of

---

---

punishment motive in “Oriental tales”. In this analysis there was identified that punishment motive is the main motive of novels and in the author’s worldview that means the passage of heroes to a new reach of life.

**Key words:** crime “Oriental tales”, M. Yourcenar, motive’s structure, punishment motive.

Фігура Маргеріт Юрсенар є однією з ключових у французькій літературі ХХ століття. Творчий доробок письменниці є предметом вивчення французьких і вітчизняних літературознавців, але на сьогоднішній день саме поетика творів письменниці є досить малодослідженою.

У довоєнний період М. Юрсенар опублікувала три романи: «Алексіс», або Трактат про даремне протиборство» (1929), «Нерозмінний динар» (1934) і «Контрольний постріл» (1939) та цикли оповідань «Смерть у запряжці» (1934) та «Східні новели» (1938). Збірка «Східні новели» складається з десяти невеликих оповідань і притч, сюжети яких почерпнуті з історії та легенд сучасної та візантійської Греції, Балкан та різних місць Азії.

Дотепер, мотивні особливості малої прози М. Юрсенар не були предметом дослідження науковців. Але питання специфіки мотивної структури та поетологічні особливості мотивів є загальними літературознавчими проблемами. І саме необхідність їх усебічного, комплексного висвітлення у творчості Маргеріт Юрсенар зумовлює актуальність цього дослідження.

Метою даної статті є вивчення специфіки мотивної структури малої прози М. Юрсенар, а саме особливостей реалізації мотиву покарання у збірці «Східні новели». Об’єкт дослідження – збірка «Східні новели» Маргеріт Юрсенар. Предмет дослідження – специфіка мотивної структури збірки «Східні новели».

У рамках даного дослідження, мотив виступає як елемент, який є активно підпорядкованим темі та концепції (ідеї) твору, але їх не вичерпує, являючи собою «стійкі одиниці», які «характеризуються підвищеним, можна сказати, виключним ступенем семіотичності. Кожен мотив характеризується стійким набором значень» [2, с. 84].

На наш погляд, в контексті творчості М. Юрсенар, мотив – це формально-змістова одиниця твору (або творів), що є складником фабули і рушієм сюжету, засобом розкриття художнього образу і втілення ідейно-естетичного задуму митця. Мотив виявляє діалектику форми та змісту твору, забезпечує органічний зв’язок між ними. Мотив як семантична одиниця тісно пов’язаний з тематикою літературного твору. Мотив визначає сюжетні колізії, динамізує їх, зумовлює розвиток подій, організовує не тільки сюжет, а й усю структуру художнього твору, поряд

---

---

з іншими компонентами бере участь у створенні цілісної картини художнього світу. Тому, крім сюжетотвірної, мотив виконує структуротвірну функцію в художньому творі.

Авторська ідейно-художня концепція М. Юрсенар виражена унікальними повторюваними мотивами.

Тема злочину і покарання становить провідний мотив майже усієї збірки «Східні новели».

У схемі мотивів злочину та покарання, у новелі «Як було спасено Ван Фу» М. Юрсенар дає нам спочатку ілюзорну модель злочину, який залишається непокараним та служить лише приводом появи художника перед Імператором, для того, щоб пізніше виявити справжній злочин: «*Ling se souvenait qu'il avait volé la veille un gâteau de riz pour le repas du maître.*» [7, с. 16] «Лінь згадав, що напередодні він украв рисовий пиріг для обіду майстра».

Незважаючи на наявність конкретного злочину, покарання досягає Ван Фу через зовсім інший злочин, який має свій корінь не в матеріальних, а в духовних цінностях: «*Tu m'as menti, Wang-Fô: le monde n'est qu'un amas de taches confuses, jetée sur le vide par un peintre insensé, sans cesse effacées par nos larmes. Le royaume de Han n'est pas le plus beau des royaumes et je ne suis pas l'Empereur*» [7, с. 21]. «Ти збрехав мені, Ван Фу: світ – це хаотичне нагромадження плям, нанесені на порожнечу божевільним художником, які постійно стираються нашими слізами. Імперія Хан не є найкращою з імперій, і я не Імператор». У цій фразі М. Юрсенар підкреслює характерну рису людської натури – у своїх нещастях звинувачувати когось іншого.

Кара Імператора була довго й добре обміркована та виявляє той факт, що Імператором керувала жага завдати шкоди не стільки на тілесному рівні, скільки на духовному: «<...> *j'ai décidé qu'on te brûlerait les yeux, puisque tes yeux, Wang-Fô, sont des portes magique qui t'ouvrent ton royaume. Et puisque tes mains sont les deux routes aux dix embranchements qui te mènent au cœur de ton empire, j'ai décidé qu'on te couperait les mains*» [7, с. 21, 22] «<...> я вирішив спалити твої очі, тому що твої очі, Ван Фу, – це магічні двері, які відкривають тобі твоє королівство. А оскільки твої руки – це дві дороги з десятма розгалуженнями, які ведуть тебе в самому серці твоєї імперії, я вирішив відрубати їх».

В новелі «Вдова Афродісія», у контексті мотиву покарання, смерть Костіса була жахливою: «<...> *on l'avait ramené au village en travers d'une selle, la gorge ouverte comme une bête de boucherie*» [7, с. 106]. «<...> його принесли в село перекинутим упоперек сідла, з горлом, перерізаним, як у забійної худоби».

---

---

За сюжетом, вдова вбитого священика довгий час була коханкою Костіса М. Юрсенар також не залишає без розплати, адже блуд – це один із семи смертних гріхів, і враховуючи релігійний фон новели, факт існування адюльтеру в сюжетній лінії новели автоматично припускає використання мотиву покарання як кульмінації.

«*Aphrodissia se mit à courir du côté du précipice. <...> Basile s'était arrêté et hurlait à pleine voix pour avertir la fuyarde de revenir en arrière <...>. Aphrodissia l'entendait mais de ses paroles <...> elle ne comprenait que la nécessité d'échapper au village, au mensonge, à la lourde hypocrisie, au long châtiment d'être un jour une vieille femme qui n'est plus aimée. Une pierre enfin se détacha sous son pied, tomba au fond du précipice et la veuve Aphrodissia plongea dans l'abîme et dans le soir, emportant avec elle la tête barbouillée de sang*» [7, с. 117]. «Афродисія побігла до обриву. <...> Василь зупинився і голосно гукнув, щоб покликати втікачку повернутися назад <...>. Афродисія чула його, але з його слів <...> вона вловила тільки те, що йї необхідно втекти з цього села, від брехні, лицемірства, від тяжкого покарання стати одного дня старою жінкою, яку ніхто не любить. Урешті-реши, камінь зірвався під її ногою, впав на дно прізви, начебто показуючи їй дорогу, і вдова Афродисія занурилася в безодню й увечір, несучи з собою замащену кров'ю голову».

В новелі «Посмішка Марко» М. Юрсенар майстерно переплела біблійні елементи з елементами грецької міфології, адже образ гіганта Марка має двох прототипів: біблійного Самсона та грецького Ахіллеса.

Покарання головного герою відбувається у біблійному ключі – спираючись на те, що Марко був християнського віросповідання, ображена коханка виріщає покарати його через розп'яття, як раніше був розп'ятий Ісус Христос: «*Prenez des clous et un marteau; crucifiez ce chien comme fut crucifié son dieu*» [7, с. 38] «Візьміть молоток і цвяхи; розіпніть цього собаку так, як був розп'ятий його бог».

Хоча присутність мотиву покарання в усіх вищезгаданих новелах може трактуватися також як мотив помсти, саме ця дуалістична натура мотивної структури і є невід'ємною частиною творів М. Юрсенар. Отже мотив покарання в новелах збірки «Східні новели» реалізується за допомогою переходу з одного стану в інший, тобто покарання не є кінцем, але навпаки, початком нового та розкривається початок цього нового перетворення за допомогою мотиву спокути, який М. Юрсенар передає через образ води.

Перспективи. Дослідження специфіки мотиву покарання в збірці «Східні новели» може стати доповненням до загального дослідження особливостей мотивної структури малої прози М. Юрсенар.

---

---

### Література

1. Гаспаров Б. Літературні лейтмотиви / Б. Гаспаров. – М., 1994. – 301 с. 2. Путілов Б.М. Веселовський і проблеми фольклорного мотиву / Б.М. Путілов // Спадщина Олександра Веселовського: Дослідження і матеріали. – СПб., 1992. – С. 84, 382–383. 3. Тюпа В.И. Тезисы к проекту словаря мотивов [Електронний ресурс] / В.И. Тюпа // Дискурс. – Новосибирск : Новосибирск. гос. ун-т, 1996. – № 2. – Режим доступу : [http://www.nsu.ru/education/virtual/discourse2\\_0.htm](http://www.nsu.ru/education/virtual/discourse2_0.htm) 4. Сатановська Г.С. Особливості реалізації мотиву самотності в просторовій моделі роману Маргеріт Юрсенар «Алексіс, або трактат про даремне протиборство» / Г.С. Сатановська // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». – Острог. – 2012. – Вип. 30. – С. 157–159. 6. Yourcenar M. Les yeux ouverts. Entretiens avec Matthieu Galey / M. Yourcenar. – P. : Editions du Centurion, 2010. – 317 p. 7. Yourcenar M. Nouvelles orientales / M. Yourcenar – P. : Editions Gallimard, 2001. – 149 p.

УДК 811.111 : [81'42]

### **ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТРИЛОГУ (на матеріалі англомовної художньої прози)**

**Барінова А.О. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. фіол. наук, проф. Морозова О.І.**

У статті розглянуто основні моделі комунікації і на підґрунті інтеракційної моделі змодельовано комунікативну ситуацію з декількома учасниками. Охарактеризовано комунікативні ролі фахультативних учасників та споглядачів у процесі спілкування та на цій основі виявлено їхні функціональні ролі.

**Ключові слова:** комунікативна ситуація з декількома учасниками, моделі комунікації, фахультативні учасники комунікації.

**Баринова А.О. Лингвистический анализ трилога (на материале англоязычной художественной прозы).** В статье рассмотрены основные модели коммуникации и на базе интеракционной модели смоделировано коммуникативную ситуацию из несколькими участниками. Охарактеризованы коммуникативные роли фахультативных участников и наблюдателей в процессе общения и на этой основе выделены их функциональные роли.

**Ключевые слова:** коммуникативная ситуация с несколькими участниками, модели коммуникации, фахультативные участники коммуникации.

**Barinova A.O. Linguistic Analysis of Trilogue: A Study of English Fiction.** This paper considers the main models of communication and, using the interactional

---

---

one as a theoretical underpinning, models a multi-party communicative situation. It characterizes the communicative roles of side-participants and by-standers in the communication process and on this basis singles out their functional roles.

**Key words:** models of communication, multi-party communicative situation, side participants.

Однією з найбільш важливих соціально-практичних функцій мови є комунікативна, яка полягає у забезпеченні можливості спілкування та порозуміння між людьми. Бажаючи відобразити багатогранність мови як універсального інструменту спілкування, лінгвісти багатьох поколінь намагалися схематизувати комунікативний процес та виділити в кожній моделі спілкування певну ланку, яку займає мова. Хронологічно першою вважається *інформаційно-кодова модель комунікації* [6]. Відповідно до цієї моделі процес спілкування являє собою односторонній зв'язок між відправником та отримувачем, які обмінюються закодованими повідомленнями. Ця модель стала основою теорії мовленнєвих актів. Проблеми з так званим «декодуванням» повідомлень на кінцевому етапі зв'язку дали поштовх для розвитку *інференційної моделі комунікації* [5]. Розглядаючи мову в її реальному застосуванні, а не в якості «об'єкта», який передається, розробник цієї моделі, П. Грайс, сформулював низку правил, відомих як постулати, або максими. Ці постулати пояснюють особливості смислотворення в реальних умовах функціонування мови, які відрізняються від ідеальної ситуації спілкування. Однак поза межами уваги дослідників, які трактують комунікацію як інференційний процес, лишилася сама ситуація, в межах якої здійснюється комунікативний акт. Її бере до уваги альтернативний підхід, відомий як *інтеракційна модель комунікації*. Її прихильники виходять із факту неможливості існування комунікації поза межами людських стосунків. Комунікація в цьому випадку тлумачиться як соціальна взаємодія суб'єктів за певної організації їх спільної діяльності [2, с. 121].

Найбільш розповсюдженим випадком мовленнєвої взаємодії комунікантів є діалог, що є основою мовлення [1; 4]. Однак стандартна схема побудови діалогічного спілкування, що обмежена лише мовцем та адресатом, не є досконалою, оскільки в найбільш природній ситуації використання мови коло учасників комунікації розширюється за рахунок периферійних учасників спілкування. Саме такі комунікативні обміни становлять об'єкт поданого дослідження. Предметом дослідження є функціональні ролі периферійних учасників, а метою, відповідно, є виявлення та систематизація цих ролей. Належність дослідження до дискурсивної парадигми лінгвістичного знання свідчить про його актуальність.

---

---

Найбільш варіативною з-поміж категорій учасників є категорія адресата / слухача. Її статусу в комунікативному акті присвятив низку своїх досліджень американський соціолог Е. Гоффман [4]. Він виділяє кілька підкласів в межах категорії слухача. Перш за все, можливість сприйняття на слух, осмислення суті висловлення мовця та реакції на нього розмежовує потенційно можливих слухачів на *ратифікованих*, або периферійних (side-participants), та *нератифікованих*, або випадкових (by-standers), учасників мовленнєвої взаємодії. Периферійний реципієнт може вважатися повноправним учасником спілкування, якщо мовець під час висловлювання враховує його присутність та очікує певної реакції. Підкатегорія нератифікованого учасника комунікації також не є однорідною. Випадкові учасники спілкування, чия присутність є відомою для основних комунікантів, за певних обставин можуть сприйняти певну кількість інформації, озвученої в ході комунікації, перетворюючись, таким чином, на *випадкового реципієнта* (overhearer). В іншій ситуації факультативний учасник може навмисно та потай від основних співрозмовників «викрадати» зміст спілкування. Такий тип слухача Е. Гоффман називає *підслухувачем* (eavesdropper) [4, с. 132-137].

Слухач як третій антропокомпонент в акті спілкування є чинником, який може впливати як на мовленнєву поведінку основних комунікантів, так і на зміст повідомлення. Перш за все, сторонні учасники розмови – це своєрідні представники суспільства. Їхня присутність визначає ведення розмови в межах, які відповідають загальним нормам мови та етикету. Обмеження стосуються предмета розмови, кількості та рівня особистої інформації, словникового набору та інших лінгвістичних і паралінгвістичних характеристик спілкування. Ігнорування відповідних норм свідчить про десоціалізацію особистості. Конкретні вказівки щодо мовленнєвої поведінки комунікантів при сторонніх учасниках сформульовані у висловленнях на кшталт *Don't say it in front of the child; Have some scruple in woman's hearing; How dare you talk like that, we are much older than you* і т.д. Розглянемо один з найбільш розповсюджених випадків – присутність дітей як фактор, що накладає обмеження на мовлення дорослих. Наприклад, дискусія батьків щодо певної ситуації на роботі під час прогулянки з дитиною. Ведучи розмову поряд з меншим поколінням, комуніканти не мають жодної конкретної мети по відношенню до периферійних слухачів, хоча і модифікують своє спілкування з урахуванням факту їх присутності. У такому випадку можливе самообмеження щодо теми розмови (вилючення інтимних подробиць, які дитині «ще рано знати»), словникового складу (відсутність нецензурної лексики, образливих слів), характеру висловлення (комунікативна поведінка співрозмовників може слугувати дитині прикладом для

---

---

наслідування). Таким чином, фахультативний учасник спілкування, в цьому випадку дитина, є фактором етикетності спілкування, але при цьому вона не є безпосереднім об'єктом мовленнєвого впливу комунікантів.

Іншу функціональну роль периферійного комуніканта спостерігаємо в ситуаціях, коли мовленнєва діяльність основних співрозмовників спрямована на регулювання поведінки одного з них. Тут останній є непрямим адресатом висловлення. Звернемося знову до ситуації з розмовою дорослих у присутності дитини, але на цей раз зосередимо увагу на тому випадку, коли об'єкт розмови був ретельно дібраний основними комунікантами (дорослими) з метою зацікавити в ньому периферійного учасника (дитину). Наприклад, обговорення батьками певного виду спорту, яким би вони хотіли зацікавити дитину, в її присутності. При цьому комунікативна поведінка співрозмовників будеться так, щоб забезпечити для непрямого адресата найбільш повне сприйняття висловлення та досягти бажаної реакції на почути. Непряма адресація накладає жорсткі обмеження на комунікативно-прагматичну організацію висловлювання: не дозволяються прямі спонукання до дій, апелятиви, спрямовані слухачеві; у мовленні основних комунікантів він може фігурувати лише як третя особа. У межах лінгвістики наміри мовців відносно периферійних учасників можуть бути окреслені термінами іллокуцій.

Окрім розрізнення компоненту слухача відповідно до вищезазначених аспектів, ця категорія учасників оцінюється також за характером її необхідності для успішного здійснення мовленнєвого акту. Для більшості комунікативних ситуацій присутність периферійних учасників є фахультативною. Однак існують ситуації, для яких сторонній слухач є обов'язковою умовою. Зазвичай такі комунікативні акти є повною комунікативною подією або її частиною. Традиції та/або закон прописують обов'язкову участь слухачів у багатьох мовленнєвих подіях, і, відповідно, мовленнєвих актах, які мають особливе значення для певної соціальної групи чи для суспільства в цілому. До таких мовленнєвих подій відносять шлюбну церемонію, прийняття присяги військовослужбовцями, присвоєння імені судну і т. ін. Хоча слухачі в таких ситуаціях є периферійними та найменш активними учасниками події, вони є суттевим компонентом церемонії, їх відсутність може унеможливити дану подію. Факт наявності слухачів, які є свідками мовленнєвої події, може бути відображенний у змісті ритуального висловлення [3, с. 457-462].

Таким чином, периферійні учасники спілкування, які передбачені інтерактивною моделлю комунікації, є досить різноплановою категорією. Найбільш численним та складним за своєю структурою є компонент адресата, або слухача. Виділені підкатегорії периферійних та випадкових

---

---

слушачів, а також випадкових реципієнтів та підслуховувачів сприяють розширенню діапазону функціональних ролей, які виконують факультативні учасники спілкування. Трьома основними функціональними різновидами слухача є слухач-фактор етикетності розмови, слухач-непрямий адресат та слухач-свідок. Перспективою дослідження є розширення функціональних ролей факультативних учасників комунікативних актів.

#### Література

1. Бахтин М.М. (под маскою Волошинова В.Н.) Марксизм и философия языка / М.М. Бахтин. – Л. : Прибой, 1929. – 188 с.
2. Вацлавик П. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон ; [пер. с англ. А. Суворовой]. – М. : Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО Пресс, 2000. – 320 с.
3. Почепцов Г.Г. Слушатель и его роль в актах речевого общения / Г.Г. Почепцов // Избранные труды по лингвистике : монография ; [сост., общ. ред. и вступ. статья И.С. Шевченко]. – Харьков : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2009. – С. 454–468.
4. Goffman E. Footing / E. Goffman // Goffman E. Forms of Talk / E. Goffman. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1981. – P. 132–160.
5. Grice H.P. Logic and conversation / H.P. Grice // Syntax and semantics [ed. by P. Cole and J.L. Morgan]. – Vol. 3. – N.Y. : Academic Press, 1975. – P. 41–58.
6. Shannon C.E. A Mathematical Theory of Communication / C.E. Shannon // Bell System Technical Journal. – Vol. 27, Issue 3. – N.Y., 1948. – P. 379–423.

УДК 811. 111'4

## **АНГЛОМОВНИЙ ДИТЯЧИЙ ДІАЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС: ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**Беднер Д.І. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Солощук Л.В.**

У статті розглянуто англомовний дитячий діалогічний дискурс, його вербальні і невербальні аспекти. Проведено аналіз дискурсно-прагматичих особливостей дитячого діалогічного мовлення у ситуаціях спілкування дітей між собою та дорослими.

**Ключові слова:** вербальна комунікація, дитячий дискурс, невербальна комунікація.

---

---

**Беднер Д.И. Англоязычный детский диалогический дискурс: вербальные и невербальные аспекты.** В статье рассмотрен англоязычный детский диалогический дискурс, его вербальные и невербальные аспекты. Проведен анализ особенностей детского диалогического дискурса в ситуациях общения детей между собой и взрослыми.

**Ключевые слова:** вербальная коммуникация, детский дискурс, невербальная коммуникация.

**Bedner D.I. English-speaking Children's Dialogical Discourse: Verbal and Non-verbal Aspects.** This article describes the English-speaking children's dialogical discourse, its verbal and non-verbal aspects. Comparative analysis of the features of the children's dialogical discourse in children's communication between themselves and the adults is given.

**Key words:** children's discourse, non-verbal communication, verbal communication.

Актуальність цього дослідження обумовлена зростанням ролі міжособистісного спілкування, збільшенням інтересу до дослідження дитячого діалогічного дискурсу, та, зокрема, до дискурсно-прагматичних особливостей діалогічного мовлення дітей на матеріалі сучасної англійської мови. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній визначено: дискурсно-прагматичні особливості діалогічного мовлення дітей; особливості взаємодії вербальних і невербальних компонентів комунікації у дитячому діалогічному дискурсі при реалізації певних стратегій та тактик спілкування.

Об'ектом дослідження є англомовний дитячий діалогічний дискурс, репрезентований у мовленні дітей-підлітків (на матеріалі художніх творів англомовних авторів). Предметом стали дискурсно-прагматичні особливості дитячого мовлення в ситуаціях спілкування з однолітками та дорослими, аналіз комунікативних стратегій і тактик у дитячому діалогічному дискурсі. Мета дослідження полягає в аналізі та комплексному описі дискурсно-прагматичних особливостей мовлення дітей.

Характерними рисами дитячого мовлення є візуальний та слуховий контакт, безпосередній зворотний зв'язок, який існує між дітьми, одночасний спільний досвід, який є важливим для їхньої розмови [4].

У спілкуванні з однолітками та дорослими діти-підлітки виявляють себе комунікативно компетентними. Так, широке використання клозального еліпсису, номінальної субституції в діалогічному та полілогічному спілкуванні свідчать про інтуїтивне розуміння ними одного з головних змістів спілкування – інформативності. Вони залишають в своїх висловлюваннях тільки основні інформаційні елементи, вони фокусують увагу своїх співрозмовників на головному елементі свого висловлювання.

---

---

Діти виявляють себе компетентними і у використанні референційних засобів. Так, ендофоричні засоби когезії свідчать про їх вміння зв'язно висловити свої думки, передати свій досвід у реальному світі, екзофоричні засоби свідчать про їх вміння зв'язати своє висловлювання з безпосереднім контекстом ситуації, гранично конкретизувати своє мовлення [3].

Аналіз матеріалу дозволив встановити, що засобами граматичної когезії в дискурсі дитячого мовлення виступають: еліпсис, заміна іменників словом *one*, заміна дієслів вербальним субститутом *do*, заміна підрядного речення словами *so* та *not*, референційні засоби (особові займенники (*he*, *she*, *it*, *they*), прислівник (*here*)), вигуки (*wow*, *hey*, *oh*, *hah*, *uh*, *yikes*, *yi*, *well*):

*“Oh, you and your stupid fantasy novels!” the blonde girl teased Gemma. “You should try reading a good romance instead of stuff about mouldy old dungeons all the time”. “They’re not like that at all!” protested Gemma*  
(K. Wells, p. 142).

Велику роль при спілкуванні дітей з однолітками в дитячому мовленні грають вигуки. Вигуки служать створенню когезії, коли висловлюють реакцію на попередню репліку, виступають сигналом початку нової теми розмови та заповнюють паузи, необхідні для обдумування мовленнєвих ходів у відповідь. Коли вигуки висловлюють реакцію на оточуючу дійсність, вони служать для зв’язку висловлювань з безпосереднім контекстом ситуації [5]. Найбільш уживані вигуки в мовленні дітей – це вигуки *oh* та *hey*. Позиція вигуків у мовленнєвих ходах дітей не фіксована. Здебільшого вони починають висловлювання або займають кінцеву позицію:

*“Hey, I love this author! Have you read any of her other stuff?” Chloe looked startled as she took the book back. “Um- well, yes, loads of it, actually. “Me too!” exclaimed Gemma* (K. Wells, p. 143-144).

Аналіз структури розмов дітей з однолітками та дорослими показує зв’язок мовоної комунікативної компетенції дитини з процесом становлення особистості. Саме в умовах спілкування дитина стикається з необхідністю застосовувати на практиці норми поведінки по відношенню до інших людей, які вона засвоєє, та пристосовувати ці норми та правила до різноманітних конкретних ситуацій.

Висловлювання *I guess, I think* в дитячому мовленні та розділові запитання виступають операторів зниження категоричності:

*“Were you writing to one of your friends just now?” she ventured. “I guess you must really miss them – “Chloe’s face went an angry red. “I’m fine, Maddy!” she burst out, slamming her book shut. “Now, will you get out? I told you before, I’m busy!”* (K. Wells, p. 67).

При спілкуванні з дітьми в умовах асиметричних відношень дорослі пристосовуються до рівня комунікативної компетенції молодших за віком

---

---

за допомогою стратегій мовленнєвого підтримування та конвергенції. Проведений аналіз вживання стратегій і тактик у найбільш характерних ситуаціях спілкування дозволяє стверджувати, що в залежності від типу мовленнєвої ситуації змінюються стратегії і тактики, які використовують представники різних вікових груп. Стратегії варіюються в діапазоні «жорсткі, м'які, гнучкі», а тактики диференціюються як преферентно-вікові та універсально-вікові.

Провідне місце у побутовій комунікації займає комунікація між братами та сестрами. Як тип сімейного дискурсу, дискурс братів та сестер є особистісно-орієнтованим, тобто таким, у якому учасники спілкування намагаються розкрити свій внутрішній світ адресату та зрозуміти адресанта як особистість в усьому різноманітті особистісних характеристик та входять у зону ядерного оточення один одного [6].

Комуникація сіблінгів, залежно від поставлених цілей може відбуватися в межах і симетричних, і асиметричних відносин. Асиметрична комунікація між старшим та молодшим сіблінгами спрямована на встановлення відносин субординації на основі різниці у віці чи різниці у соціальному статусі. При цьому сіблінг, що займає домінуючу позицію, самостійно обирає дискурсивні стратегії залежно від мети комунікації.

Комуникація між старшим та молодшим сіблінгами, найчастіше є асиметричною, що зумовлено домінуючим статусом першого внаслідок різниці у віці. Для закріплення домінуючого статусу та впливу на молодших братів і сестер, старший сіблінг може брати на себе низку соціальних ролей. При цьому слід визначити, що в соціолінгвістиці під соціальною роллю розуміються психологічні, соціологічні та лінгвістичні ознаки поведінки особи, що співвідносяться з її статусним положенням [1]. Сама рольова парадигма складається з чотирьох прошарків: родинний зв'язок, задоволення духовно-емоційних потреб, матеріально-фінансове та побутове забезпечення сім'ї, домінування над іншими членами родини. Так, для старших братів та сестер характерні такі ролі:

1) батьків:

*“Now listen, Maddy. If you tell anyone about this, I will never, ever speak to you again. Got it?” She looked so furious that Maddy felt frightened. She nodded mutely (K. Wells, p. 164).*

2) вчителя, який надає нові знання та виправляє помилки молодших:

*“Mum and Dad aren’t all that bad”, Michael told him gently. “Their arguments aren’t the end of the world, really. You know that, don’t you?” Jason nodded. He was beginning to figure that one out of himself. His brother put his arm round his shoulders. “Come on”, he said (K. Gray, p. 86-87).*

3) радника:

---

---

*“This other girl and me, Selma Atterbury, put ink and stuff all over his windbreaker.” “That isn’t nice. What are you – a child, for God’s sake?”*

(E. Laird, p. 169).

Для підкреслення домінуючого статусу старший сіблінг використовує як вербальні, так і невербальні мовленнєві коди [2].

Симетричні відносини між братами та сестрами виникають, коли різниця у віці та статусі є невеликою та коли вони обоє займають однакову позицію у спілкуванні з третьою стороною: домінуючу – у спілкуванні з молодшими сіблінгами, чи підлеглу – у спілкуванні з батьками.

У цілому, парадигма соціальних ролей сіблінгів залежить від декількох факторів. Брати та сестри беруть на себе певні ролі залежно від типу комунікації – симетричної чи асиметричної, та стосунків домінування у родині, зумовлених як різницею у віці, так і соціальним статусом у родині. Вибір соціальних ролей є також ситуативно залежним, тому що сіблінг обирає конкретну роль у прямій залежності від ситуації спілкування.

Таким чином, дитячий діалогічний дискурс характеризуються певними особливостями, які проявляються на вербальному та невербальному рівнях в залежності від умов та учасників спілкування.

Перспектива роботи полягає в подальшому дослідженні дитячого мовлення як основи формування комунікативної компетенції дорослої людини.

#### Literatura

1. Зверєва О.Г. Особливості конфліктно-спрямованого діалогічного дискурсу сіблінгів / О.Г. Зверєва // Науковий вісник Волин. нац. ун-ту імені Лесі Українки. Серія “Філологічні науки. Мовознавство.” – Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2011. – № 5. – С. 114-118.
2. Зверєва О.Г. Верbalні та невербальні прояви домінуючого статусу старшого сіблінга / О.Г. Зверєва // Вісник Сумського держ. ун-ту. Серія Філологія. – 2008. – № 1. – С. 25–29.
3. Моісеєнко О.Ю. Реалізація аспектів контексту ситуації у засобах когезії / О.Ю. Моісеєнко // Мова у соціальному і культурному контексті. – К. : КДУ, 1977. – С. 211–215.
4. Моісеєнко О.Ю. Дискурсивно-прагматичні особливості дитячого мовлення (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фіол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.Ю. Моісеєнко. – К., 1999. – 22 с.
4. Моісеєнко О.Ю. Особливості граматичної когезії усної розмови / О.Ю. Моісеєнко // Нові педагогічні технології в контексті сучасних концепцій змісту освіти. – Луганськ : Луган. держ. пед. ін-т імені Т.Г. Шевченка, 1998. – С. 283–284.
5. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі : монографія / Л.В. Солощук. – Х. : Константа, 2006. – 300 с.

---

---

**Список ілюстративного матеріалу**

1. Gray K. The Runner / K. Gray. – L. : Mammoth Read, 2001. – 89 p.
2. Laird E. Crackers / E. Laird. – L. : Mammoth Read, 1998. – 120 p.
3. Wells K. Shadow Magic / K. Wells. – L. : David Fickling Book, 2010. – 202 p.

УДК 811.111'42

**МІЖКУЛЬТУРНА ПРОТОТИПНА КАТЕГОРІЯ  
СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ  
В ГЛЯНЦЕВОМУ ЕЛЕКТРОННОМУ ТА КІНОДИСКУРСІ**

**Береза Е.Р. (Харків)  
Науковий керівник:  
докт. філол. наук, проф. Бондаренко Є.В.**

В статті систематизуються особливості вербального втілення прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ в полікультурному та полімодальному дискурсі глянцевих журналів та кінофільмів різних країн.

**Ключові слова:** вербалізація, дискурс глянцю, кінодискурс, лексико-семантичне поле, міжкультурні дослідження, прототипна категорія.

**Береза Э.Р. Межкультурная прототипная категория СВЕТСКАЯ ЛЬВИЦА в глянцевом электронном и кинодискурсе.** В статье систематизируются особенности вербальной объективации прототипной категории СВЕТСКАЯ ЛЬВИЦА в поликультурном и полимодальном дискурсе разных стран.

**Ключевые слова:** вербализация, дискурс глянца, кинодискурс, лексико-семантическое поле, межкультурное исследования, прототипная категория.

**Bereza E.R. IT-GIRL (SOCIALITE) Intercultural Prototype Category in Discourse of Glossy Magazines and Film Discourse.** This paper focuses on verbal implementing the prototype category IT-GIRL (SOCIALITE) in multicultural and multimodal discourse.

**Key words:** discourse of glossy magazines, film discourse, intercultural studies, lexico-semantic field, prototype category.

В сучасних умовах економічної та культурної уніфікації зростає роль засобів масової інформації, що впроваджують ідеологію суспільства споживання. Це зумовлює провідні позиції дискурсу глянцю [4–7]. В рамках комунікативно-когнітивної парадигми лінгвістики існує уявлення, що вирішальну роль у формуванні дискурсу відіграють прототипні

---

---

категорії, центральні члени категорії, які є її найкращими, найяскравішими представниками, головними її репрезентантами

Дискурс глянцевих видань є складним когнітивно-комунікативним явищем, вивчення якого потребує комплексного розгляду в межах когнітивно-дискурсивної парадигми. Дискурс постає в ній як особлива форма комунікації, яка втілює певні типові уявлення носіїв мови і культури. Типовість цих уявлень репрезентована у вигляді прототипу, який має певні закономірності функціонування та визначену структуру.

Теоретичним підґрунтам дослідження слугують доробки вчених, які вивчали прототип як ментальне утворення, яке концептуально відображає істотні властивості уявлення людини про об'єкт [1; 10; 11; 13], дискурс глянцю як особливий тип медійного дискурсу [4–7], кінодискурс [2; 9] та міжкультурні дослідження [3; 8].

Об'єктом цього дослідження є вербалльні (лексичні, граматичні, синтаксичні та стилістичні) та невербалльні засоби втілення прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ в дискурсі глянцевих електронних видань та кінодискурсів англомовних країн, України і Росії.

Предмет складає порівняльна структура прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ, втіленої в дискурсі глянцевих електронних видань та кінодискурсів англомовних країн, України і Росії.

Метою дослідження є визначення характеристик структури та тенденцій верbalного втілення прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ в дискурсі глянцевих електронних видань та кінодискурсів англомовних країн, України і Росії.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких задань:

- уточнити визначення дискурсу глянцю як особливого типу інституціонального дискурсу;
- виявити базові ознаки кінодискурсу як особливого типу комунікації та визначити критерії його вивчення в лінгвістиці;
- підібрати релевантне для дослідження визначення прототипної категорії;
- схарактеризувати критерії для міжкультурного вивчення прототипної категорії;
- встановити базові форми верbalного втілення прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ в дискурсі глянцевих електронних видань та кінодискурсів англомовних країн, України і Росії у порівнянні;
- прояснити порівняльну структуру прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ, втіленої в дискурсі глянцевих електронних видань та кінодискурсів англомовних країн, України і Росії.

Актуальність цієї роботи зумовлена важливістю ролі когнітивних процесів категоризації у формуванні світобачення людини, що є основою

---

---

розуміння мовного світу в умовах полімодальної міжкультурної комунікації.

Матеріалом слугували 180 прикладів, узятих методом сучільної вибірки з глянцевих електронних видань, а також скриптів 8 кінофільмів, що були досліджені методами когнітивного (структурування прототипної категорії), польового моделювання (будування лексико-семантичного поля) та міжкультурного порівняння.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ключових сучасних дослідженнях прототипна категорія СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ ще не вивчалася з точки зору її реалізації в полікультурному та полімодальному дискурсі різних країн.

Дискурс будь-якого типу, в тому числі й глянцевого, є формою вербального втілення певного світобачення, що ґрунтується на когнітивних процесах, одним з яких є категоризація.

Домінуючою когнітивною одиницею дискурсу глянцю є образ [6, с. 11], який розглядається в цій роботі як прототип. За допомогою прототипу людина сприймає дійсність: член категорії, що знаходиться близче до цього образу, буде оцінений як кращий або більш прототіpicний екземпляр, ніж всі інші. Прототипи – інструменти, за допомогою яких людина порається з нескінченим числом стимулів, що надаються дійсністю [12, с. 47–48].

Задля ширшого вивчення функціонування прототипу у глянцевому дискурсі використовується метод міжкультурного дослідження, який полягає у виявленні спільних ознак ядра ЛСП та у порівнянні структур периферії відповідних ЛСП на предмет характеризації спільних та відмінних ознак.

В ядерних конституантах ЛСП, когнітивним підгрунтам якого є англомовна прототипна категорія СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ, зосереджені ознаки, які несуть основні характеристики прототипу, відображені в словарних дефініціях, а саме: *celebrity, social activity, fashion, wealth, attractiveness, youth*.

Периферійна область включає ознаки, що зазнають впливу позамовної дійсності. На біжній периферії розташовані найчастотніші характеристики: ПОПУЛЯРНІСТЬ (*famous for being famous, to capture attention*), МОДА (*fashion trendsetter, to inspire your style*), СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ (*being social, red carpet*), ЗВ'ЯЗОК З ІНШИМИ ВІДОМИМИ ЛЮДЬМИ (*celebrated father*), НАЯВНІСТЬ ЧУТОК ТА СКАНДАЛІВ (*caught red handed, spark rumours*). Дальня периферійна область включає менш розповсюджені характеристики: РЕЧІ, якими користується СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ (*must-have wallet, It bag*), ГЛАМУР (*chic abode, VIP clubs*) та ВЕЛИКЕ МІСТО (*London, New York*).

---

---

На більшій периферії ЛСП прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ, втіленої в дискурсі англомовних глянцевих кінофільмів, зосереджені такі ознаки: ІНТРИГИ (*dirty work, scandalous*), УСПІХ (*queen, president*). На дальшій периферії розташовані ознаки ВЛАДНІСТЬ (*cold, vicious*) та ВПЛИВОВІСТЬ (*influential, powerful*).

Дефініційний аналіз лексем-найменувань СВІТСЬКОЇ ЛЕВИЦІ в системі української та російської мов виявив, що визначення відсутнє, тому ядро є лакунарним.

В дискурсі глянцевих журналів України та Росії прототипна категорія СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ має такі компоненти більшої периферії ЛСП: СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ (*душа общества, прием*), МОДА (*шикарно, модно, стильный гардероб*), ПУБЛІЧНІСТЬ (*страница в социальных сетях, публиковать снимки*), СКАНДАЛЬНІСТЬ (*скандалистка, сомнительные проекты*), ЗВ'ЯЗОК З ІНШИМИ ЗНАМЕНИТОСТЯМИ (*дочь известного бизнесмена, жена Андрея Ющенко*). Дальнюю периферію складають такі групи: ПОПУЛЯРНІСТЬ (*известные, взволновать читателей*), речі (*достойный, сумки, it-bags*), ВІДСУТНІТЬ ПЕВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (*не практикует матуся*).

Аналіз функціонування прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ в дискурсі глянцевих кінофільмів України та Росії дозволив визначити такі компоненти більшої периферії ЛСП: ГРОШІ (*деньги, Форбс, бизнес*), МЕДІЙНІСТЬ (*статья, пиар, медийность, слухи*), ПРИВАБЛИВІСТЬ (*внешность, красота*), СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ (*тусоваться, закрытая вечеринка, бал*), МОДА (*дорогие туфли, стиль, Dolce & Gabbana*). На дальшій периферії розташована ознака ВІДСУТНІСТЬ ПЕВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (*тратить жизнь*).

Міжкультурне порівняння прототипної категорії СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ в дискурсі глянцевих журналів та кінофільмів Великобританії, США, України та Росії виявив, що прототипна категорія СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ, реалізована в англомовних країнах, є більш чітко визначенюю через лакунарність ядра ЛСП в українській та російській мовах, що її реалізує.

Аналіз дискурсу глянцевих журналів показав, що російськомовне середовище більш цікавить соціальна активність та публічність життя СВІТСЬКОЇ ЛЕВИЦІ, тоді як англомовні журнали зосереджують увагу на моді та ознаках гламурного життя СВІТСЬКОЇ ЛЕВИЦІ.

Російськомовний дискурс глянцевих кінофільмів, у свою чергу, виявляє наявність грошей як основну ознаку прототипу СВІТСЬКА ЛЕВИЦЯ, тоді як англомовні фільми зосереджують увагу на її успішності, владності та вимогливості.

Перспективою дослідження вбачається розгляд особливостей реалізації інших прототипних категорій англомовного дискурсу глянцю.

---

---

### Литература

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : «Русские словари», 1997. – 411 с.2. Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана. Пластическая выразительность кадра / Н.Л. Горюнова. – М. : Изд-во Ин-та повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. – 41 с.
3. Зинченко В.Г. Культурная и межкультурная коммуникация / В.Г. Зинченко // Межкультурная коммуникация : учеб. пособие. – Нижний Новгород : ДЕКОМ, 2001. – С. 27–37 4. Лолло А.Р. Дискурс глянцевого журнала : социокоммуникативные аспекты / А.Р. Лолло // Материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», 13–15 мая 2010 г. – Ч. I; [под ред. проф. В.В. Тулупова] – Воронеж : Фак-т журналистики ВГУ, 2010. – С. 35–36. 5. Михалева О.Л. Стратегия на повышение как системообразующий признак дискурса глянцевых журналов / О.Л. Михалева, С.Ю. Ляхович // Вестник Иркут. ун-та. Спец. вып. : материалы ежегод. науч.-теор. конф. молодых ученых. – Иркутск, 2006. – С. 206–208. 6. Самотуга Е.А. Особенности дискурсивного пространства глянцевых журналов / Е.А. Самотуга // Вестник Моск. гос. обл. ун-та. Серия “Лингвистика” : науч. журн. – № 3. – М. : МГОУ, 2010. – С. 41–43. 7. Смеюха В.В. Отечественные женские журналы. Историко-типологический аспект : монография / В.В. Смеюха. – Ростов-на-Дону : СКНЦ ВШ ЮФУ, 2011. – 188 с.
8. Gudykunst W.B. Cross-Cultural and Intercultural Communication / William B. Gudykunst. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2003. – 312 p.
9. Kozloff S. Overhearing Film Dialogue / S. Kozloff. – Berkeley & Los Angeles : University of California Press, 2000. – 332 p.
10. Lakoff G. Women, fire, and dangerous things : what categories reveal about the mind / G. Lakoff. – Chicago : University of Chicago Press, 1990. – 614 p.
11. Rosch E. Principles of Categorization / E. Rosch // Cognition and Categorization. – Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 1978. – P. 27–48.
12. Verschueren J. Metapragmatics and universals of linguistic action / J. Verschueren // Linguistic action : Some empirical-conceptual studies. – Norwood, 1987. – P. 125–140.
13. Wittgenstein L. Philosophical Investigations / L. Wittgenstein. – New York : Macmillan, 1953. – 250 p.

**ЧОРНИЙ ГУМОР У ПРОФЕСІЙНІЙ МЕДИЧНІЙ СФЕРІ  
(на матеріалі телесеріалу “Доктор Хаус”  
та фільму “М.Е.Ш.”)**

**Болотських М.В. (Харків)**

**Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Пшеничних А.М.**

У статті викладено результати дослідження чорного гумору як кооперативної та некооперативної комунікативної стратегії у діалогах лікарів в ігрому кіно. Описуються вербалні, невербалні, надвербалні та кінематографічні тактики реалізації відповідних стратегій.

**Ключові слова:** ігрове кіно, комунікативна стратегія, кооперативна стратегія, некооперативна стратегія, тактика, чорний гумор.

**Болотских М. В. Черный юмор в профессиональной медицинской сфере (на материале телесериала “Доктор Хаус” и фильма “М.Э.Ш.”).** В статье изложены результаты исследования черного юмора как кооперативной и некооперативной коммуникативной стратегии в диалогах врачей в игровом кино. Описаны вербальные, невербальные, надвербальные и кинематографические тактики реализации данных стратегий.

**Ключевые слова:** игровое кино, коммуникативная стратегия, кооперативная стратегия, некооперативная стратегия, тактика, черный юмор.

**Bolotskykh M. V. Black Humour in the Professional Medical Area (as presented in the serial “House, M. D.” and the film “M\*A\*S\*H”).** The article presents the results of studying black humor as a cooperative and non-cooperative communicative strategy in the dialogue of medical professionals in live-action films. Verbal, non-verbal and cinematographic tactics used for the realization of the corresponding strategies are described.

**Key words:** black humour, communication strategy, cooperative strategy, life-action film, non-cooperative strategy, tactic.

Статтю присвячено вивченю стратегій та тактик реалізації чорного гумору в діалогічному мовленні лікарів, персонажів ігромів кінотворів. Актуальність теми дослідження зумовлено її належністю до антропоцентричної парадигми лінгвістичного знання, а також тим, що чорний гумор вивчається з позицій діяльнісного підходу. Новизна роботи полягає у виокремленні і класифікації комунікативних стратегій використання чорного гумору у діалозі представників професійної медичної сфери, персонажів англомовних ігромів кінотворів, здійсненні аналізу комплексу вербальних, невербальних та надвербальних засобів,

---

---

залучених до їх реалізації, а також аналізі кінематографічних засобів ігрового кіно, задіяних у оформленні комунікативної ситуації, в якій представники професійної медичної сфери користуються чорним гумором для досягнення їх комунікативних цілей. Об'єктом дослідження є чорний гумор у діалозі представників професійної медичної сфери, які є персонажами англомовних ігрових кінотворів. Предметом вивчення є комунікативні стратегії використання чорного гумору і тактики їх реалізації у діалогічному дискурсі лікарів, персонажів англомовних ігрових кінотворів. Мета дослідження полягає у виокремленні комунікативних стратегій і вербальних, невербальних, надвербальних та кінематографічних тактик реалізації чорного гумору в діалозі представників професійної медичної сфери, персонажів англомовних ігрових кінотворів. Матеріалом дослідження слугували 260 фрагментів англомовного діалогічного дискурсу, що містять досліджуване явище, які дібрано методом суцільної вибірки із телесеріалу “Доктор Хаус” (“House, M. D.”) та повнометражного фільму “М.Е.Ш” (“M\*A\*S\*H”).

Ігрове кіно – вид кіно, який виокремлюється разом із науковим, документальним та анімаційним, специфіка якого полягає в тому, що передкамерна реальність розігрується акторами під керівництвом режисера [1, с. 57, 65]. Термін “чорний гумор” інтерпретуємо як тип гумору, об'єктом наслідання якого є найтемніші сторони життя – горе, відчай, зло або смерть [8, с. 12–15]. Чорний гумор як мовленнєвий жанр характеризується єдністю тематичного змісту, стилістики та композиційної структури висловлювань, особливістю повідомлень якого є досягнення комічного ефекту шляхом висміювання смерті, фізичних і психічних недоліків та інших тем табу. Яскравою ілюстрацією чорного гумору як мовленнєвого жанру є стиль мовлення головного героя серіалу Доктор Хаус (“House, M.D.”).

У кінематографі чорний гумор став фундаментальним матеріалом кіножанру “чорна комедія” – кінофільму, що є джерелом ніякової утіхи від відчаю чи страждання, яка супроводжується легковажним або трансгресивним ставленням до свято серйозних тем і загальноприйнятих табу. Яскравим її прикладом є фільм режисера Роберта Олтмена “М.Е.Ш.” (“M\*A\*S\*H”) [MASH]. Як вважає філософ А. Бергсон, чорний гумор викликає “тимчасову анестезію серця” [6, с. 56], оскільки біді, хворобі та смерті ми можемо протиставити лише сміх. У випадку із працівниками медичної та військової сфер діяльності, це гострий чорний гумор, який виконує потужну психотерапевтичну функцію та виступає як захисний механізм від довготривалого стресу.

У результаті дослідження було виокремлено некооперативні та кооперативні стратегії використання чорного гумору, а також їх різновиди,

---

---

кожен з яких реалізується за допомогою певних вербальних, невербальних та надвербальних тактик. Комунікативна стратегія визначається як інтенційно спрямований комплекс дій комуніканта для досягнення певної мети [2, с. 18]. Тактика є засобом здійснення стратегічного задуму, тобто охоплює одну або декілька комунікативних дій, що сприяють реалізації стратегії [2, с. 19].

1. Некооперативні стратегії передбачають конфліктну, напружену атмосферу, грубу, знижну тональність спілкування, а також порушення його норм [7, с. 78]. В такому випадку продуцент респонсивної репліки виказує відмову від взаємодії із співрозмовником, що демонструє шляхом використання певних вербальних або невербальних засобів.

Під час дослідження було виявлено 167 (64%) випадків некооперативних комунікативних стратегій реалізації чорного гумору. Відповідно до комунікативної мети мовця комунікативні стратегії чорного гумору в діалогічному дискурсі лікарів, персонажів кінотвору, поділяємо на наступні: (1) відмова від виконання дії (18.5%); (2) непогодження (16.5%); (3) уникання небажаної розмови (6%); (4) критика аспектів соціальної/політичної системи (4%); (5) приглушення негативних емоцій (4%); (6) висловлення особистої неприязні (9%); (7) розвага (6%). Основними вербальними тактиками вищезазначених некооперативних стратегій є гра зі словами та їх значеннями, дефразеологізація, гіпербола, літота, іронія, сарказм тощо. Продуцент респонсивної репліки може використовувати гнітючі, моторошні та жорстокі висловлення, щоб скоріше уникнути виконання певної дії, позбавитися присутності співрозмовника:

*PATIENT'S HUSBAND: Tell her it's cancer. You obviously don't have problem with lying.*

*HOUSE: Way to win me over.*

*PATIENT'S HUSBAND: We got six kids. She can't afford to take a chance.*

*HOUSE: You have kids. How novel. That changes everything. So if Mommy gets heartburn, one of them might catch on fire* (Moran, 0.30.12-0.30.23).

Діалог, наведений вище, відбувається між чоловіком пацієнтки, яка відмовляється від операції по видаленню доброкісної пухлини вагою в 30 кг, і доктором Хаусом. Пацієнтка мотивує відмову тим, що чоловікові подобаються її форми, а вагітність він вважає сексуальним явищем (пухлина знаходиться у животі, що виглядає так, ніби жінка вагітна). Чоловік же, навпаки, хвилюється, що пухлина може перетворитися на злоякісну або нести будь-яку іншу загрозу для здоров'я дружини, тому намагається вмовити доктора Хауса видалити пухлину. Доктор Хаус, в свою чергу, відмовляється, оскільки не хоче брати на себе відповідальність. У якості аргументу чоловік пацієнтки наголошує на тому, що в них із дружиною шестеро дітей, які можуть залишитися без матері. Доктор Хаус же,

---

---

втомившись від постійних вмовлянь, буде респонсивну репліку спочатку використовуючи сарказм (*You have kids. How novel*), чим він натякає на очевидність сказаного (майже у кожній сім'ї на планеті є діти) і на невисокі розумові здібності чоловіка. Після цього, він посилює різкість відмови шляхом застосування у респонсивній репліці чорного гумору, використовуючи моторошну гру слів *so if Mommy gets heartburn, one of them might catch on fire* (тож якщо у мами почнеться печія, один з них може спалахнути). В англійській мові слово *heartburn* означає “печія”, але це слово сформовано способом складання і має у своєму складі два окремих слова *heart* (серце) та *burn* (горіння, опік). Оскільки мати носить дитину під серцем під час вагітності, доктор Хаус використовує словосполучення *catch on fire* (спалахнути), щоб створити репліку із моторошним, жахливим змістом, яка мала б допомогти йому здихатися чоловіка.

2. Кооперативні стратегії зазвичай передбачають взаємодію комунікантів з метою досягнення певної мети [4, с. 398]. Основною метою мовців є конструктивний діалог та компроміс, а саме, таке вирішення ситуації, що влаштує усіх учасників діалогу. У комунікативних ситуаціях, де респонсивні репліки діалогу побудовані на основі чорного гумору, вирішальним моментом також часто є демонстрація своєї правоти на основі зведення аргументів співрозмовника до абсурду, але при цьому діалог не перетворюється на деструктивний.

Під час дослідження було виявлено 93 випадки (36%) кооперативних комунікативних стратегій реалізації чорного гумору, серед яких були виділені наступні різновиди: (1) виправдання (5%); (2) переконування (9%); (3) підкреслення серйозності ситуації (12%); (4) запобігання (5%); (5) розрядження атмосфери (1%); (6) розвага (4%). Типовими вербалальними тактиками реалізації вищезазначених кооперативних стратегій є використання таких образних засобів як гіпербола, метафора, алогізм, каламбур, абсурд, іронія та сарказм, а також застосування таких лексичних одиниць як вульгаризми, сленгізми. Прикладом реалізації чорного гумору як кооперативної стратегії є наступний фрагмент діалогу:

*CHASE: She wanted one kiss before she dies. If she's never kissed a boy, it's a fair bet that she's never had sex.*

*HOUSE: Tell that to all the hookers who won't kiss me on the mouth*

(Kaplow, 0.12.31-0.12.37).

Лікарі Камерон, Форман, Чейз та доктор Хаус лікують смертельно хвору дівчинку, намагаючись знайти джерело інфекції. Форман припустив, що в дівчинки міг бути секс і інфекція передалася статевим шляхом. Чейз спростовує це твердження, оскільки нездовгво до цієї розмови дівчинка сказала, що ще ніколи не цілувалася із хлопчиками, і попросила доктора

---

---

Чейза пощіувати її. Щоб розрядити атмосферу, а також продемонструвати, що усі люди можуть говорити неправду, свою респонсивну репліку Хаус конструює, використовуючи вульгаризм: “Скажи це усім проституткам, що не цілють мене в губи” (*Tell that to all the hookers who won't kiss me on the mouth*).

Окрім вербальних тактик, реалізації чорного гумору як кооперативної та некооперативної стратегії сприяють невербальні тактики. Було виокремлено наступні основні просодичні тактики: іронічний, саркастичний, глумливий тон, або навпаки, рівний, спокійний тон; перебивання співрозмовника; повільне, чітке промовляння слів. До типових кінесичних засобів реалізації чорного гумору кооперативної та некооперативної стратегії належать: глумливий, насмішкуватий, іронічний погляд прямо на співрозмовника або у протилежну від співрозмовника сторону; беземоційний вираз обличчя; пряний, тривалий, напружений погляд в очі; комічне округлення очей, напускне перебільшене здивування у погляді; іронічна, саркастична, самовпевнена, зарозуміла посмішка; іронічне потискання плечима, схиляння голови до плеча. Проксемічними засобами зазвичай є нахиляння у сторону співрозмовника або нависання над ним.

Чорний гумор в ігровому кінотворі у діалозі лікарів, персонажів кінотвору, реалізується не тільки за допомогою вербальних та невербальних засобів, а й шляхом використання кінематографічних прийомів. Суттєвими для конструювання комунікативної ситуації є вибір плану зйомки в залежності від того, на що необхідно звернути увагу глядача, а також куту зйомки та положення камери. Зазвичай, високий кут зйомки візуально зменшує зріст героя, що надає йому певної слабкості, нерішучості або уразливості, а низький кут, навпаки, робить героя вищим і наділяє візуальною зверхністю, могутністю або створює ілюзію переваги. Однак, реалізація чорного гумору в ігровому кіно може супроводжуватися наступним явищем: продуцент респонсивної репліки сидить на стільці, дивиться на співрозмовника знизу вверх і кут зйомки при цьому є високим. Співрозмовник же стоїть перед або поряд продуцентом респонсивної репліки, а знімають його з низького кута. За таких умов спостерігається протилежний очікуваному ефект: той, хто сидить, є візуально могутнішим за того, хто стоїть поряд, оскільки створюється аллюзія на ситуацію “директор-учень”.

У конструюванні комунікативної ситуації в кінематографічному дискурсі задіяно також музичний супровід розмовної сцени, колористичне рішення кадру та побудування мізансцени, що теж вносить додаткові смисли до верbalного плану висловлень мовців [4, с. 45–55]. Наприклад, в одній із сцен антивоєнної чорної комедії “М.Е.Ш.” відбувалися символічні

Таблиця 1.1

**Кінематографічна розігортка фрагменту розмовної сцени фільму «М.Е.Ш.» / «М\*А\*С\*Н»**  
 (1970 р., режисер Р. Олтмен / R. Altman)

Час фільму	Кінокадр	Композиція кадру	Невербальні, надвербальні та кінематографічні компоненти ситуації	Звукова доріжка
1.00.31		Положення камери: неподухоме Мізаңцевна: об'єкти у фокусі: другі та колеги Вальдовські, екстер'єр: підвір'я шпиталю План: загальний	Другі та колеги Вальдовські сидять разом за столом таким чином, що створюється азлюзія режисера на знамениту картину Леонардо да Вінчі "Тайна вечеря". Троє музикантів грають.	Сумна, жалісна мелодія.
1.01.20		Положення камери: неподухоме Мізаңцевна: об'єкти у фокусі – Зайдман та Бандіні: екстер'єр: підвір'я шпиталю План: середній	Зайдман: співає весело, із посмішкою і запalom Бандіні: підрізує на гтарі, на обиччі посмішка та спокій	Сумна мелодія зміниться на веселу та жвану пісню "Suicide is painless", текст якої наведено нижче: <i>The game of life is hard to play I'm gonna lose it anyway The losing card I'll someday lay So this is all I have to say</i>
1.01.59		Положення камери: неподухоме Мізаңцевна: об'єкт у фокусі – домовина Вальдовські; екстер'єр: підвір'я шпиталю План: середній	Вальдовські: із урочистим сумом прощається із дружиною. Йому потискають руку, промовляють слова спороги, у труні клауть пляшку із вінком, журнал для чоловіків та інші речі.	<i>Suicide is painless It brings on many changes And I can take or leave it if I please</i>

---

---

проводи лікаря-стоматолога Вальдовскі на прізвисько Безболісний, який вирішив вчинити самогубство, оскільки через невдачу у сексуальному житті почав вважати себе гомосексуалістом (див. табл. 1.1). Мізансцена в даному епізоді організована таким чином, що навпроти стола стоїть домовина, а за столом сидять усі друзі та товариши по службі. Коли стіл з усією компанією демонструється загальним планом, із розміщенням акторів стає очевидною аллюзія режисера на знамениту картину Леонардо да Вінчі “Тайна вечеря”, що вже є чорним жартом на релігійну тему. В той час, коли Вальдовскі ковтає “чорну капсулу” смерті і вкладається у домовину, до якої присутні починають по черзі підходити та класти всередину усілякі речі (пляшку із вином, журнал для чоловіків тощо), рядовий Зайдман запально, із посмішкою на обличчі виконує пісню “Suicide is painless” (“Самогубство – безболісне”). Усе це створює комічний ефект і зводить концепцію смерті і самовбивства до повного абсурду, даючи глядачеві зрозумілі, що дана сцена – грандіозний фарс.

Таким чином, застосування мовцем чорного гумору обумовлюється комунікативною метою респонсивної репліки, згідно з якою він дотримується кооперативної або некооперативної стратегії. Проведене дослідження свідчить, що у реалізації чорного гумору як комунікативної стратегії у діалозі лікарів, персонажів кінотвору, беруть участь не тільки вербалні, а й невербалні, надвербалльні та кінематографічні тактики, які обираються в залежності від ситуативного контексту. Перспективою роботи є дослідження когнітивного боку явища, а також вивчення чорного гумору в інших типах дискурсу.

#### Lітература

1. Ганич Д.І. Словник лінгвістичних термінів / Д.І. Ганич, І.С. Олійник. – К. : Вища школа, 1985. – 360 с.
2. Гладирь Т.С. Поняття дискурсу на сучасному етапі розвитку лінгвістики [Електронний ресурс] / Т.С. Гладирь // Наука и образование. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/NIO\\_2007/Philologia/18087.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NIO_2007/Philologia/18087.doc.htm) – Назва з экрану.
3. Лаврентьев А.И. “Черный юмор” и американский характер : учеб. пособие по спецкурсу / А.И. Лаврентьев. – Ижевск : Изд-во УдГУ, 2009. – 290 с.
4. Пшеничных А.М. Реперспективізація предметної ситуації в англомовному діалогічному дискурсі (на матеріалі мультимедійних ігрових кінотворів) : дис. ... канд. фіол. наук : 10.02.04 / Анастасія Миколаївна Пшеничных. – Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2011. – 201 с.
5. Солощук Л.В. Вербалні і невербалні компоненти комунікації в англомовному дискурсі : монографія / Л.В. Солощук. – Харків : Константа, 2006. – 300 с.
6. Bergson H. Laughter : An Essay on the Meaning

---

---

of the Comic / H. Bergson ; [trans. by C. Brereton, F. Rothwell]. – Rockville : Arc Manor, 2008. – 94 p. 7. Brown G. Discourse Analysis / G. Brown, G. Yule. – Cambridge : CUP, 1983. – 304 p. 8. Connard S. The Comedic Base of Black Comedy : An Analysis of Black Comedy as a Unique Contemporary Film Genre / S. Connard. – Sydney : University of New South Wales, 2005. – 110 p.

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

1. MASH – MASH. Five Star Collection [Electronic resource] / [Directed by R. Altman]. – Los Angeles, CA : 20th Century Fox Film Corporation, 2001 (1969). – 2 DVD-disks : disk 1 – 7,8 GB; disk 2 – 4,3 GB.
2. Kaplow – Kaplow L. House, M. D. Season 2. Autopsy : dialogue transcript [Electronic resource] // springfieldspringfield. – Access : [http://www.springfieldspringfield.co.uk/view\\_episode\\_scripts.php?tv-show=house-md&episode=s02e02](http://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=house-md&episode=s02e02) – Title from the screen, 2005.
3. Moran – Moran T.L. House, M.D. Season 1. Heavy : dialogue transcript [Electronic resource] // Subscene. – Access : <http://subscene.com/subtitles/house-md—first-season/english/533640>

УДК 811.111:37

**ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ  
БИБЛЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ  
В ЯЗЫКЕ АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТ**

**Борисовская О.М. (Алексеевка, Россия)**  
**Научный руководитель:**  
**канд. филол. наук, доц. Афанасьева О.В.**

Исследование особенностей функционирования библеизмов в речи и необходимость дальнейшего изучения языка СМИ, его влияние на сознание говорящего обуславливает актуальность данного исследования. Настоящее исследование рассматривает фразеологизмы библейского происхождения в английском языке, а также процесс фразеологизации библеизмов в языке средств массовой информации.

**Ключевые слова:** библеизм, библейский фразеологизм, библейский прототип, библейский эквивалент.

**Борісовська О.М. Особливості вживання фразеологізмів біблійного походження в мові англійських газет.** Дослідження особливостей функціонування библейзмів мови і необхідність подальшого вивчення мови ЗМІ, її вплив на свідомість мовця зумовлює актуальність цього дослідження.

---

---

Дослідження розглядає фразеологізми біблійного походження в англійській мові, а також процес фразеологізації біблейсмів у мові засобів масової інформації.

**Ключові слова:** біблейзм, біблійний фразеологізм, біблійний прототип, біблійний еквівалент.

**Borisovskaya O.M. Idioms of Biblical origin and the peculiarities of their functioning in English newspapers.** The urgency of the research is caused by the necessity of the further studying the mass media language, its influence on the speaker's mind and the functioning of English phraseological units and their peculiarities in speech. The object of the investigation is the idioms of Biblical origin in the English language, and the subject of the research is the process of appearing of the idioms in mass media.

**Key words:** biblical idioms, biblical prototype, biblical equivalent.

Бібlia является одним из важнейших источников фразеологизмов. Переводы Библии оказали на английский язык огромное влияние. С ее страниц вошло в речь и язык огромное количество отдельных слов и целых идиоматических выражений. Число библейских оборотов и выражений, вошедших в английский язык, так велико, что собрать и перечислить их является довольно непростой задачей [1, с. 61].

Отметим, что как особый разряд фразеологических единиц библеизмы впервые были выделены английским языковедом Логаном П. Смитом (Logan Pearsall Smith), еще в двадцатые годы XX века, предпринявшим попытку установить тематические группы фразеологизмов на основании их переменных прототипов.

Наиболее полно состав фразеологических библеизмов определил А.В. Кунин, который включил в «Англо-русский фразеологический словарь» 426 фразеологических единиц, генетически связанных с Библией. Обширный иллюстративный материал словаря, свидетельствует о том, что подавляющее большинство фразеологических библеизмов активно функционирует в современном английском языке, в разных его жанрах и стилях [4, с. 56]. В его работах фразеологические библеизмы рассматриваются с точки зрения способов их образования и особенностей употребления в современных текстах и подчеркивается необходимость их изучения.

Стоит отметить, что библейская фразеология — это совокупность выражений, восходящих по своему происхождению к Библии. Она включает в себя устойчивые, воспроизводимые в речи, раздельнооформленные обороты, которые, как правило, обладают экспрессивностью, эмоционально-оценочными характеристиками и имеют переносные значения (метафорические, аллегорические, символические, обобщенно-образные) [2, с. 91].

---

---

Фразеологические библеизмы обобщают опыт человека, выражают жизненную мудрость, передают глубокий философский смысл. Семантика фразеологических библеизмов связана с человеком, и его устойчивыми внутренними качествами. Весьма многочисленны тематические группы фразеологических библеизмов, связанные с общезначимыми социальными ценностями, такими как «добро и зло», «мораль», «справедливость»; обозначающие мировоззрение, свойственное как человечеству в целом, так и отдельному человеку; выражающие характеристики человека и отношения между людьми.

Важно то, что фразеологические библеизмы, обладая всеми параметрами фразеологических единиц, в то же время отличаются от прочих фразеологизмов тем, что содержат в своей семантике ссылку на источник, указание на первичный контекст – дополнительную информацию, которая определяется как этимологическая коннотация [4, с. 57].

В филологии вообще и в лингвистике в частности вряд ли существует единая и общепризнанная классификация фразеологизмов библейского происхождения, так как это понятие довольно широкое. В данном исследовании мы остановимся более подробно на классификации А.В. Кунина, так как она наиболее полно характеризует состав библейских фразеологизмов, является наиболее распространенной и общепринятой [3, с. 57–65].

1 группа – библейские эквиваленты, под которыми понимаются фразеологизмы, вошедшие в язык неизменными, используемые в языке в том же виде, что и в тексте Священного Писания, например, *manna of heaven* – манна небесная.

2 группа – библейские прототипы – свободное или переменное сочетание слов, которое употребляется в буквальном значении; соответствующий же фразеологизм создается в результате его переосмыслиния:

а) библейский прототип употребляется в буквальном значении, а фразеологизм создается в результате его переосмыслиния, например, *to kill the fatted calf* – заклать жирного тельца – позднее приобрел значение угостить лучшим, что есть дома; встретить радушно);

б) вариант библейского прототипа становится фразеологизмом, например, *to live on the fat of the land* – жить в роскоши, жить пропеваючи (кататься как сыр в масле) и выражение *live off the fat of the land* (жить натуральным хозяйством, жить роскошно) вытеснили библейский прототип *to eat the fat of the land* (есть тук земли, т. е. есть отборный продукт), который не вошел во всеобщее употребление;

в) изменение формы образного библейского оборота, так, во фразеологической единице *gall and wormwood* “нечто ненавистное,

---

---

постылое” изменен порядок слов по сравнению с библейским прототипом и отброшены артикли (*the wormwood and the gall*) (*Lamentations 3:19*);

г) компоненты фразеологизма употребляются в Библии в своих буквальных значениях, но не образуют сочетания, например, *loaves and fishes* – земные блага; в Библии употребляются оба слова, но подобного целого сочетания нет;

д) в библейских сюжетах употребляется лишь один компонент фразеологизма, например, *a doubting Thomas* – Фома неверующий, в Библии упоминается лишь имя Thomas – Фома, а самого выражения в Библии нет;

е) фразеологизм создан в результате игры слов, например, *the land of Nod* – “царство сна”. Игра слов, основанная на одинаковом звучании английского слова nod “дремота” и названии библейской «земли Нод», куда был сослан Каин после убийства Авеля.

Хотелось бы отметить, что за последние десятилетия интерес к библейским изречениям особенно ярко проявляется в публицистике.

Итак, рассмотрим примеры употребления фразеологизмов библейского происхождения, относящихся к библейским эквивалентам и библейским прототипам в языке газет и журналов, при этом за основу возьмем “King James Bible”, так как данная версия Библии считается самой распространенной и общепринятой среди англоязычного населения.

#### *Библейский эквивалент.*

*Can the leopard change his spots?* – «разве может леопард сменить свою пятнистую шкуру?». Выражение означает убеждения или укоренившиеся недостатки, пороки, которые невозможно исправить.

*Can the Ethiopian change his skin, or the leopard his spots? then may ye also do good, that are accustomed to do evil.* (*Jeremiah, 13:23*) (*Может ли эфиоп поменять свою кожу, леопард – пятнистую шкуру? Можете ли вы творить благо, лишь злу научившись* ).

1. A leopard like PepsiCo cannot change its spots (The Guardian, 2012).

В статье говорится о том, что данная компания зарабатывает деньги на продаже соленых и сладких продуктов, и для того, чтобы получать стабильный доход она не может от этого отказаться, хотя производимые продукты и вредны для здоровья. В данном случае библейизм служит для сознательного выражения авторского замысла. При виде этого заголовка читатель невольно приходит к мысли прочитать статью, даже если он детально не понимает смысла данной фразы. Здесь прослеживается тонкая связь с понятием греха, т. е. как человеку трудно избавиться от своих пороков, так и данной компании трудно перестроить свое производство в сторону изготовления качественных, полезных для здоровья продуктов.

---

### *Библейский прототип.*

“*Wolf in sheep’s clothing*” – «волк в овечьей шкуре». Фразеологизм употребляется как характеристика лицемера, скрывающего свои дурные намерения под маской добродетели.

Beware of false prophets, which come to you in sheep’s clothing, but inwardly they are ravening wolves (Matthew 12:33-37). («Берегитесь лжепророков, которые приходят к вам в овечьей одежде, а внутри суть волки хищные»).

3. Moroccan wolf in sheep’s clothing (The Guardian, 2013).

В данном случае имеет место игра слов. Библейский фразеологизм в этом газетном заголовке в общих чертах определяет, очерчивает тему статьи, задает определенный эмоциональный тон, а так же мировоззренческую направленность. Смыслоное содержание фразеологической единицы в заголовке буквализировано, здесь чувствуется авторская ирония.

Заголовок можно перевести как «Марокканский волк в овечьей шкуре». Под данным выражением подразумевается правящая партия Марокко, связанная с движением «Братья мусульмане», которая одержала победу в очередных выборах. Данная партия заявляет о своем намерении сконцентрироваться на решении экономических вопросов и борьбе с коррупцией, но на самом деле данные вопросы занимают очень малую часть в работе партии. В действительности, политика исламистов не сулит ничего хорошего для политических отношений с Израилем и с другими странами. Таким образом, с одной стороны мы видим положительные намерения партии, а с другой стороны это ведет к сильному обострению международной ситуации. Хотелось бы отметить, что когда заголовок интересен, то сразу возникает желание прочитать статью и понять о чем идет речь. Данный заголовок привлекает внимание, заинтриговывает и вызывает подозрение в отношении данной правящей партии.

Таким образом, рассмотрев некоторые примеры функционирования библеизмов можно сказать, что библейские фразеологизмы являются неотъемлемыми элементами в языке средств массовой информации, позволяя четко и ярко обозначить позицию автора, выразить негативные и положительные эмоции, отношения, переживания, заострить внимание читателя на проблеме, вызвать интерес к чтению, придать выразительность и экспрессивность высказыванию.

### Литература

1. Артемова А.Ф. Англиканская церковь, Библия и английский язык / А.Ф. Артемова, О.А. Леонович // Иностранные языки в школе. – 1993. – № 1. – С. 60–62. 2. Дубровина К.Н. Библейские фразеологизмы

---

---

в русской и европейской культуре / К.Н. Дубровина. – М. : Флинта, 2012. – 86 с. 3. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка / А.В. Кунин. – М. : Международные отношения, 1972. – С. 57–66. 4. Мягкова Л.Г. Фразеологические библеизмы и их реализация в контексте (на материале публицистических и газетных текстов современного языка) / Л.Г. Мягкова // Вопросы английской фразеологии (коммуникативный и фразеологический аспекты). – Москва, 1987. – С. 56–65. 5. Bible Search: King James Version. [Electronic Resource]. – Режим доступа : <http://biblez.com/searchstrongs.php?q=KingJamesVersion>. 6. Latest news, sport and comment from the Guardian / The Guardian [Electronic Resource] – Режим доступа : <http://www.theguardian.com/uk>

УДК 811.111:324

## ФУНКЦІЇ ДЕСЕМАНТИЗОВАНИХ КОМУНІКАТИВІВ У АМЕРИКАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Бучек М.О. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Морозова О.І.**

У статті розглядаються функції десемантизованих комунікативів у американському політичному дискурсі на прикладі президентських дебатів. Десемантизовані комунікативи, які раніше вважалися словами-паразитами, проаналізовані з позицій еколінгвістики та теорії мовних кодів, постають набагато складнішими мовними одиницями.

**Ключові слова:** десемантизовані комунікативи, еколінгвістика, політичний дискурс, слова-паразити, теорія мовних кодів.

**Бучек М. О. Функции десемантизованных коммуникативов в американском политическом дискурсе.** В статье рассматриваются функции десемантизованных коммуникативов в американском политическом дискурсе на примере президентских дебатов. Десемантизованные коммуникативы, которые ранее считались словами-паразитами, проанализированные с позиций эколингвистики и теории языковых кодов, оказываются гораздо более сложными языковыми единицами.

**Ключевые слова:** десемантизированные коммуникативы, политический дискурс, слова-паразиты, теория языковых кодов, эколингвистика.

**Buchek M. O. Functions of Counterwords in American Political Discourse.** This paper approaches the issue of counterwords' functioning in American political discourse, to be more specific, in Presidential Debate. The counterwords that previously

---

---

used to be treated as filler words, when analyzed in terms of ecolinguistics and language codes theory, are shown to be much more complex language units.

**Key words:** counterwords, ecolinguistics, filler words, language codes theory, political discourse.

Під десемантизованими комунікативами, що стали об'єктом дослідження, розуміються слова, що не мають денотата й позбавлені семантичного навантаження. Такі мовні одиниці зазвичай розглядаються як слова-паразити – мовне «сміття», помилки або відхилення від еталонної комунікації. Тим не менш, на долю слів-паразитів, звуків-паразитів, повторень, самовиправлень припадає до 10% слів та 1/3 висловлень у природній розмові [4, с. 153]. Така кількість подібних мовних одиниць наштовхує на думку, що вони є більш складним явищем, ніж традиційно вважається, і виконують певні функції, які стали предметом дослідження. Метою є встановлення складу цих функцій.

Десемантизовані комунікативи розглянуто у широкому контексті, що надає еколінгвістичний підхід, методологічним принципом якого є голістичність [2, с. 91–118]. Це свідчить про актуальність здійсненого дослідження.

Як мовні одиниці десемантизовані комунікативи є розрядом дискурсивних слів. Останні визначаються як лексичні одиниці, що є відносно синтаксично незалежними, не мають чітко визначененої граматичної функції, не змінюють смислу висловлення та є дещо семантично знебарвленими [3, с. 117]. Такі мовні одиниці забезпечують зв’язність дискурсу та виражают відносини а) між висловленнями або частинами висловлень; б) між мовцем і повідомленням; в) між мовцем і слухачем.

Теоретичним підґрунтам дослідження є також теорія мовних кодів, розроблена британським педагогом і соціологом Базілем Бернстайном [1]. Вченій стверджує, що у вербальному спілкуванні існують два мовних коди, або стилі використання мови, – обмежений і розширений. Розширений мовний код є експліцитним, йому притаманна висока деталізація, роз’яснення; обмежений код є імпліцитним і прагне виразити максимальний зміст мінімальними мовними засобами. Останнім користуються вихідці з робочого класу, в той час як представники середнього класу й вище у своїй діяльності оперують двома кодами – розширеним у повсякденній діяльності й обмеженим – у вузьких колах (наприклад, у сім’ї). Обмеженому коду притаманне використання великої кількості десемантизованих комунікативів.

Проаналізувавши президентські дебати між чинним президентом Сполучених Штатів Б. Обамою та кандидатом у президенти М. Ромні від

---

---

2012 р. і зробивши суцільну вибірку використаних ними комунікативів, ми виділили три найуживаніших з них (*so*, *well* та *you know*). Їхнє кількісне вживання подано на рис. 1.

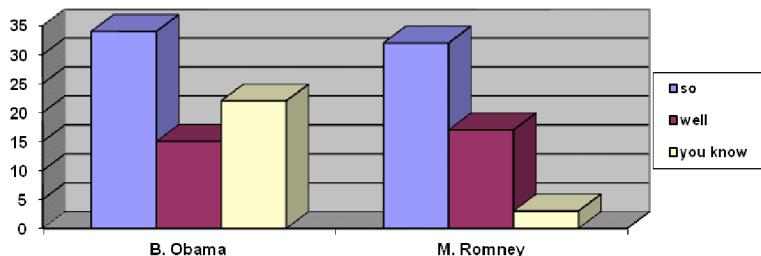


Рис. 1. Кількісне вживання десемантизованих комунікативів  
Б. Обамою та М. Ромні

З рисунку 1 видно, що найуживанішим десемантизованим комунікативом є *so* (34 випадки вживання Б. Обамою та 32 – М. Ромні). Така пропорція спостерігається у вживанні *well* Б. Обамою та М. Ромні (15 та 17 випадків відповідно). Щодо вживання *you know*, ситуація відмінна (22 та 3 випадки відповідно), що вказує на використання різних комунікативних стратегій та відмінних шляхів самоідентифікації учасників дебатів.

Розглянемо детальніше використання останнього десемантизованого комунікативу *you know*. Ми виділили дві основні функції.

1. Вигравання часу, заповнення пауз, роздум, наприклад:

*Governor Romney, I genuinely believe, cares about education. But when he tells a student that, you know, you should borrow money from your parents to go to college, you know, that indicates the degree to which, you know, there may not be as much of a focus on the fact that folks like myself, folks like Michelle, kids probably who attend University of Denver just don't have that option* (FORD, B. Obama).

*As I indicated before, when you talk about shifting Medicaid to states, we're talking about potentially a – a 30 – a 30 percent cut in Medicaid over time. Now, you know, that may not seem like a big deal when it just is – you know, numbers on a sheet of paper, but if we're talking about a family who's got an autistic kid and is depending on that Medicaid, that's a big problem* (FORD, B. Obama).

У цих прикладах вираз *you know* є виключно «паразитичним», а його вживання дає мовцю можливість уникнути незручних пауз та виграти час на обмірковування наступних слів.

---

---

2. Намагання бути близчим до публіки, наприклад:

*You know, four years ago I said that I'm not a perfect man and I wouldn't be a perfect president. And that's probably a promise that Governor Romney thinks I've kept. But I also promised that I'd fight every single day on behalf of the American people and the middle class and all those who are striving to get in the middle class* (FORD, B. Obama).

*You know, four years ago we went through the worst financial crisis since the Great Depression. Millions of jobs were lost* (FORD, B. Obama).

У цих прикладах мовець використовує вираз *you know* з доволі конкретною метою – привернути увагу слухачів. Окрім цього, певною мірою він намагається створити атмосферу невимушенності у спілкуванні, скоротити дистанцію між собою та слухачами.

У результаті аналізу вживання зазначених мовних одиниць ми виявили, що вони мають низку функцій і є важливим засобом реалізації низки комунікативних стратегій: повернення до попередньої теми, відхилення від теми, зміна теми, роз'яснення, вираження незгоди, скорочення психологічної відстані між мовцем та слухачем. Зокрема політичні діячі часто використовують у своєму мовленні десемантизовані комунікативи у рамках «перемикання кодів» – переходу з розширеного коду на обмежений з метою «втертися в довіру» слухача, «зійти за свого», таким чином маніпулюючи його свідомістю. Тим самим десемантизовані комунікативи є ще й важливим елементом конструювання ідентичності політика та його позиціювання стосовно теми дискусії та співбесідника чи слухача.

Перспективою розвитку порушені в роботі проблематики є подальше вивчення можливих функцій інших десемантизованих комунікативів в усному політичному дискурсі, а також вивчення можливих шляхів застосування таких мовних одиниць у маніпулюванні політиками свідомістю слухачів.

#### Література

1. Bernstein B. Class, Codes and Control / B. Bernstein. – L. : Routledge & Kegan Paul. – 1971. – Vol. 1. – 252 p. 2. Harré R. Greenspeak. A Study of Environmental Discourse / R. Haré, Jr. Brockmeier, P. Mühlhäuser. – L., New Delhi : Thousand Oaks, 1999. – 224 p. 3. Lee H. Discourse marker use in native and non-native English speakers / H. Lee // Discourse Across Languages and Cultures / ed. by C. L. Moder, A. Martinovic-Zic. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. – P. 117–127. 4. Shriberg E. To ‘errrr’ is human : ecology and acoustics of speech disfluencies / E. Shriberg // The Journal of the International Phonetic Association. – 2001. – 31 (1). – P. 153–169.

---

---

*Джерела ілюстративного матеріалу*

1. **FORD:** Transcript and Audio : First Obama-Romney Debate [Electronic resource]. – 2012. – Access : <http://www.npr.org/2012/10/03/162258551/transcript-first-obama-romney-presidential-debate>.

УДК 811.111'42

## МАТИ ЯК ДИСКУРСИВНА ОСОБИСТІТЬ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ РОДИННОМУ ДИСКУРСІ

**Вдовенко А.Є. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Солощук Л.В.**

У статті досліджуються особливості комунікативних стратегій та тактик, які застосовує мати як дискурсивна особистість у ситуаціях партнерства та домінування у сучасному англомовному родинному дискурсі.

**Ключові слова:** дискурсивна особистість, домінантність, партнерство, стратегія, тактика.

**Вдовенко А.Е. Мать как дискурсивная личность в современном английязычном семейном дискурсе.** В статье исследуются особенности коммуникативных стратегий и тактик, которые применяет мать как дискурсивная личность в ситуациях партнерства и доминирования в современном английязычном семейном дискурсе.

**Ключевые слова:** дискурсивная личность, доминантность, партнерство, стратегия, тактика.

**Vdovenko A.E. Mother as a Discursive Personality in the Modern English Family Discourse.** This article investigates the features of the communicative strategies and tactics used by mother as a discursive personality in situations of partnership and dominance in the Modern English family discourse.

**Key words:** discursive personality, dominance, partnership, strategy, tactic.

Актуальність дослідження обумовлена пріоритетним напрямком розвитку сучасної антропоцентрично та функціонально спрямованої лінгвістики, яка фокусує увагу на вивченні мови як інструменту впливу при дослідженні різних типів дискурсів. Об'єктом дослідження є вербальні і невербальні компоненти комунікації, які використовує мати як дискурсивна особистість у спілкуванні з дітьми. Предметом дослідження є особливості функціонування вербальних та невербальних компонентів, що використовує мати як дискурсивна особистість у ситуаціях партнерства та домінування у сучасному англомовному родинному дискурсі.

---

---

У межах домінуючої антропоцентричної парадигми пильний інтерес науковців викликає вивчення специфіки сімейної комунікації. Відбувається комплексне дослідження комунікативних стратегій і тактик англомовного сімейного спілкування, вивчається специфіка розмовної мови сім'ї, встановлюються гендерні, вікові, рольові аспекти сімейної взаємодії, вивчається функціонально-стилістична своєрідність сімейної комунікації. Об'єктом лінгвістичних досліджень стає також варіативність використання невербальних компонентів комунікації при реалізації комунікативних стратегій та тактик спілкування в парентальному діалогічному дискурсі [5, с. 77–78].

Назрілим є комплексне вивчення структурних, семантичних та прагматичних аспектів мовленнєвих практик суб'єктів англомовних дискурсів із врахуванням соціальних детермінант їхньої комунікативної інтеракції, зокрема в англомовному родинному дискурсі. Поставлена мета дослідження передбачає виконання таких завдань: уточнити поняття «дискурс» та його роль у сучасних наукових дослідженнях; визначити поняття дискурсивної особистості «маті» та її ролі у родинному дискурсі; виявити особливості взаємодії вербальних та невербальних компонентів комунікації в ситуаціях партнерського та домінантного спілкування з дітьми у межах родинного дискурсу.

Наукова новизна роботи полягає у висвітленні особливостей мовленнєвої поведінки матері як дискурсивної особистості з урахуванням вербальних та невербальних компонентів комунікації.

Загальнозвінаним визначенням дискурсу є його трактування як складного комунікативного явища, що містить, окрім тексту, ще й екстралингвістичні чинники (знання про світ, установки, мету мовця, спрямованість на йогоментально-прагматичну сферу) [1]. Сімейний дискурс – це міжособистісне спілкування споріднених сімейними зв’язками осіб, якому притаманні залежна від статі, віку та сімейних ролей адресантно-адресатні конфігурації [3], серед яких конфігурація «МАТИ-ДИТИНА» займає провідне місце. Мати як дискурсивна особистість використовує певні стратегії та тактики при партнерському та домінантному спілкуванні з дітьми.

Англомовний сімейний дискурс є комунікативною взаємодією батьків та дітей з метою виховання дитини та її підготовки до майбутнього дорослого життя. Саме стратегія виховання є основною стратегією матері як дискурсивної особистості. Мати як дискурсивна особистість починає інтеракцію з дитиною з моменту її народження, формуючи її прихильність завдяки позитивному ставленню та контактній взаємодії [2].

Теми спілкування матері та дітей характеризуються різноманітністю мовленнєвих засобів, яка визначається потребами комуніканта.

---

---

Невербальні комунікативні компоненти є невід'ємною складовою дискурсивної діяльності матері [2; 4; 6].

У ситуації партнерського спілкування за допомогою тактик інформативного наповнення та переконування мати реалізує стратегія інформування, при цьому відбувається презентація нової для дитини інформації із залученням перифразу або метафоричного виразу:

(1) *FORREST: What's the matter, Momma?*

*MRS. GUMP: I'm dyin', Forrest. Come on in, sit down over here.*

*FORREST: Why are you dyin', Momma?*

*MRS. GUMP: It's my time. It's just my time. Oh, now, don't you be afraid, sweetheart. Death is just a part of life. It's something we're all destined to do. I didn't know it, but I was destined to be your momma. I did the best I could.*

*FORREST: You did good, Momma.*

*MRS. GUMP: Well, I happened to believe you make your own destiny. You have to do the best with what God gave you.*

*FORREST: What's my destiny, Momma?*

*MRS. GUMP: You're gonna have to figure that out for yourself. Life is a box of chocolates, Forrest. You never know what you're gonna get”*

[E. Roth].

Спілкування матері відбувається з дитиною молодшого віку, що відображається у мовному виборі матері. Мати переходить до простих граматичних конструкцій, повторів. Тактика інформативного наповнення передбачає не тільки заповнення порожніх інформативних лакун, але також трансформацію у свідомості дитини уявлень, передача від матері до дітей досвіду взаємодії з реальним світом. Мати тлумачить нове поняття синові через вже відомі категорії, наприклад, такі як цукерки, тим самим приховуючи трагічну реальність та пом'якшуючи сприйняття новини. Адаптуючись під вікові та розумові здібності сприйняття інформації сином, мати винаходить власні методи пояснення, доступні для розуміння.

Тактика коригування, що має на меті вдосконалення особистісних властивостей дитини, вербалізується імперативними конструкціями:

(2) “*A man called on the telephone for you today,” Iris informed Anna at the supper table. “I forgot to tell you.”*

“*Well, who was he?*”

“*He didn't leave his name. I thought it was the dry cleaner; you said you expected him to call about Papa's suit. But it wasn't.*”

“*Iris!*” Anna said. “Do please get to the point”.

“*I am! It was Mr. Werner and he said he was calling about the picture he'd sent*”[B. Plain].

---

---

Щоб оптимізувати стосунки з дітьми, мати застосовує тактику прохання, при цьому відбувається непряме спонукання та пояснення причини прохання. Мати також використовує контактний кінесичний жест, у невербальний спосіб підкresлюючи кооперативну спрямованість свого висловлювання (*Gina touched his hair*):

(3) *Gina touched his hair. “Pat, why don’t you go downstairs and watch a video for a bit?” Our boy looked stunned.*

*“Can I? Isn’t it bedtime yet?”*

*“This is a special night. Why don’t you go and watch the first film? Then brush your teeth and put your pyjamas on. I want to talk to your daddy”*

[T. Parsons].

Тактика заспокоєння та співчуття сприяє наданню емоційної підтримки, залишаючи набір емотивних мовних засобів, повторні звертання, лексико-граматичні засоби негативності та модальності. Важливим є розуміння матір’ю критичного стану сина, що виражається відсутністю зайвих питань з її сторони, використанням невербальних компонентів комунікації, таких як проксемічний фактор зближення та контактний жест дотику:

(4) *“Ma, I can’t, I can’t.”*

*“Can’t leave her?”*

*He could hardly speak. For a grown man to weep! The thing in his throat was a lump of tears. “Can’t leave her,” he repeated thickly, and closed his eyes. She was silent. He did not look ather, but he felt a stir of warmth in the air behind him and knew that she was standing very close, not touching. Then she did touch him, her hand stroking his hair.*

*“Maury, Maury, I’m sorry. Living can be so terribly hard”* [B. Plain].

У ситуації домінування мати здійснює стратегію виховання такими тактиками: тактикою опікунського втручання із залученням спеціальних питальних речень та еліптичних питань, емоційно-забарвлених вигуків, категорії модальності, проксемічних компонентів; тактикою нав’язування життєвих перспектив із залученнями імперативних конструкцій, питальних речень та невербальних компонентів; тактикою покарання, що трансформується у непряме спонукання до визнання власної провини та розкаяння із залученням простих непоширеніших речень та невербальних кінесичних компонентів.

У наступному прикладі мати з’ясовує обставини подружнього життя сина, його відносини з дружиною, при цьому здійснюючи нав’язування власних уподобань та життєвих перспектив. Негативна настроєність матері проявляється як на вербальному, так і на невербальному рівнях. Про це свідчать окличні емоційно-забарвленні речення, повтори, невербальні просодичні компоненти (підвищення голосу):

- 
- 
- (5) “*There’s no date to put a finger on,*” Maury answered. “*I can’t say: On such and such a date I was sure of it. For a long time I knew she liked to take a little something to help her over a bad spot-*”
- “*Bad spot!*” Anna cried out. “*A lot she knows about bad spots! What troubles has she ever seen in her life?*”
- “*Very few, until she married me, Ma. But she’s had plenty since then.*”
- “*No one forced her to marry you!*” [B. Plain].

Проаналізований матеріал дає підстави стверджувати, що фактор гендеруне має значного впливу на мовлення матері. Мати, як дискурсивна особистість, проявляє розсудливість, співчуття та піклування як до сина, так і до доньки будь якого віку. Мати більшою мірою намагається мирно урегулювати конфлікт, виразити наказ у вигляді прохання та виразити співчуття замість докору. У результаті застосування певних тактик мати досягає порозуміння з дітьми та інших поставлених комунікативних цілей, при цьому важливу роль відіграють як вербалні засоби спілкування, так і невербалальні.

Перспективою роботи вважається можливість використання отриманих результатів для подальшої наукової розробки проблематики репрезентації дискурсивних практик суб’єктів родинного дискурсу, таких як бабуся, дідусь та онуки.

#### Література

1. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк; [пер. с англ., сост. В.В. Петрова]. – М. : Прогресс. – 1989. – 312 с.
2. Козлова В.В. Реалізація виховного впливу в англомовному парентальному дискурсі : структурно-семантичний та прагматичний спекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фіол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / В.В. Козлова – Харків, 2012. – 22 с.
3. Проценко О. Особливості матримоніального діалогічного дискурсу / О. Проценко // Вісник СумДУ. Серія Філологічні науки. – Суми : Вид-во СумДУ. – 2005. – № 3 (81). – С. 413–417.
4. Солощук Л.В. Вербалні і невербалльні компоненти комунікації в англомовному дискурсі : монографія / Людмила Василівна Солощук. – Харків : Константа, 2006. – 300 с.
5. Солощук Л.В. Функціонування невербалних компонентів комунікації у кооперативно спрямованому парентальному діалогічному дискурсі / Л.В. Солощук // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – 2006. – № 726. – С. 77–82.
6. Солощук Л.В. Дискурсивная личность в поликодовом коммуникативном процессе / Л.В. Солощук // Материалы 1-й Междунар. науч.-практ. конф. “Коммуникация в поликодовом пространстве: языковые, культурологические и дидактические аспекты”, 11–13 мая 2011 г. – С.-Петербург : Санкт-Петербургский гос. политех. ун-т, 2011. – С. 200–202.

---

---

Список джерел ілюстративного матеріалу

- Plain B. Evergreen [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.goodreads.com/book/show/182496.Evergreen>
- Roth E. Forrest Gump [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.wgfoundation.org/screenplay-101-forrest-gump/>

УДК 811.111'42

**АНТРОПОНІМ ЯК ПРЕЦЕДЕНТНИЙ ФЕНОМЕН  
(на матеріалі англомовних анекdotів)**

**Веденікіна Ю.Г. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Самохіна В.О.**

В статті систематизуються особливості функціонування прецедентних антропонімів у англомовних анекдотах шляхом виокремлення джерел їх походження та прийомів створення комічного ефекту на основі прецедентного антропоніма.

**Ключові слова:** англомовний анекдот, інтертекстуальність, комічний ефект, прецедентний антропонім.

**Веденикина Ю.Г. Антропоним как precedentный феномен (на материале англоязычных анекдотов).** В статье систематизируются особенности функционирования прецедентных антропонимов в англоязычных анекдотах методом выделения источников их происхождения и приемов создания комического эффекта на основе прецедентного антропонима.

**Ключевые слова:** англоязычный анекдот, интертекстуальность, комический эффект, прецедентный антропоним.

**Vedenikina Y.H. Anthroponym as a Precedent Phenomenon in English Jokes.** This paper focuses on special aspects concerning functioning of precedent anthroponyms in English jokes by determining their sources of origin and methods of creating comic effect on the basis of the precedent anthroponym.

**Key words:** comic effect, English joke, intertextuality, precedent anthroponym.

У сучасному житті гумор виконує безліч функцій, а саме: послаблення соціальних табу, інтелектуальної гри, соціального критицизму тощо. Саме тому аналізу зазнали застави, на яких він базується, і основні компоненти, з яких він складається, що відображені у фундаментальних дослідженнях сучасних українських лінгвістів, таких як Г.Г. Почепцов [4], В.О. Самохіна [6] та О.В. Харченко [7], та таких зарубіжних мовознавців як С. Аттардо [8], В. Раскін [10] тощо. Комічне тісно пов'язане з явищем прецедентності,

---

---

яке своїм корінням сягає у теорію інтертекстуальності. Ці явища досліджуються такими науковцями, як Ю.А. Башкатова [1], В.П. Москвін [2], О.Д. Нефьодова [3] та Н. П'єгє-Гро [5].

Актуальність цієї роботи зумовлено необхідністю дослідження особливостей функціонування прецедентних антропонімів в англомовних анекдотах, що вперше стає об'єктом лінгвістичного аналізу.

Наукова новизна роботи полягає у здійсненні дослідження функціонування прецедентних антропонімів у англомовних анекдотах.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання одержаних результатів у курсі стилістики англійської мови.

Об'єктом дослідження є прецедентні антропоніми в англомовних анекдотах.

Предметом аналізу є прецедентний антропонім в англомовних анекдотах як відображення типу прецедентного тексту і елемент створення комічного.

Метою дослідження є визначення ролі прецедентних антропонімів у створенні комічного ефекту в англомовних анекдотах.

Поставлена мета передбачає необхідність розв'язання таких завдань:

- виокремити типи та джерела походження прецедентних феноменів;
- виявити специфіку функціонування прецедентних антропонімів;
- експлікувати прийоми створення комічного ефекту на основі прецедентного антропоніма.

Матеріалом слугували 214 сучасних англомовних анекдотів, які було виокремлено методом сущільної вибірки з автентичних джерел – Інтернет-ресурсів.

Значний пласт антропонімів, що використовуються в англомовних анекдотах, складають імена літературних героїв, пов'язаних з певними прецедентними текстами, що є загальновідомими в англосфері [6, с. 317]. Це зумовлюється тим, що використання імен персонажів відомих творів додає анекdotу додаткового значення, яке стосується певних особистісних характеристик героїв.

Найбільша кількість прецедентних антропонімів, що використовуються в англомовних анекдотах, запозичується з таких прецедентних текстів як казки, твори у жанрі фентезі, трагедії, релігійні тексти, детективи, пригодницькі та фантастичні романі, балади, комікси та готичні романі. Передтекст та анекdot-приймач у такому випадку зв'язані інтертекстуальними відносинами парціального типу, які передбачають, що передтекст визначає деякі особливості використання вилучень з нього, тобто має регулюючий вплив на анекdot [2, с. 19]. Прецедентні антропоніми у тексті анекdotу відзначаються нульовою маркованістю, і декодування здійснюється тільки завдяки інтертекстуальній компетенції реципієнта.

---

---

Прецедентні антропоніми, які запозичуються в англомовні анекdoti з фантастичних романів, використовуються в анекdotах через їх яскраво виражену конотацію, адже герой таких творів у багатьох випадках наділяється варіативними надзвичайними характеристиками, на основі яких і ґрунтується гумористичний ефект анекdotu:

(1) *Q: What does Frankenstein monster tell about his sweetheart?*

*A: It was love at first fright! [2].*

В основі анекdotu знаходиться пресупозиція, що монстр Франкенштейна виявився потворним та жахливим створінням, до чого нас відсилає антропонім *Frankenstein*. Однак належні асоціації виникають лише у адресата, якому знайомий відповідний прецедентний текст. Сміхова реакція викликається завдяки використанню мовної гри, що перетворює словосполучення *love at first sight*, тобто «кохання з першого погляду», на співзвучне *love at first fright*, «кохання з першого переляку», що більше співвідноситься з контекстом.

Герої творів у жанрі фентезі також часто стають персонажами анекdotів, для розуміння яких адресату зазвичай необхідно мати належні фонові знання. Для створення гумористичного ефекту у багатьох випадках використовується полісемічність слів, які у поєднанні з антропонімічним маркером певного твору у жанрі фентезі можуть набувати іншого значення:

(2) *Why did Harry Potter have to repeat his first year at Hogwarts School of Wizardry and Witchcraft? Because he couldn't spell [4].*

Вищеприведений анекdot базується на багатозначності слова *spell*. Перше його значення – це «писати або вимовляти слово по літерах», однак адресат одразу звертає увагу на друге значення – «зачаровувати», адже він співвідносить прецедентний антропонім *Harry Potter* з відповідним літературним твором, у якому йдеться саме про чаклунів.

В анекdotах, де осміюються герої пригодницьких романів, акцент часто робиться безпосередньо на відсланні до реалій буденого життя. Таким чином, гумористичний ефект досягається протиставленням незвичайних ситуацій, в яких персонажі постають у прецедентних текстах, та асоціацій, пов'язаних з реальними життєвими обставинами:

(3) *Robinson Crusoe was the first who started to like Friday [3].*

Джерело комічного у цьому прикладі полягає у контекстуальній полісемічності слова *Friday*, що у буденному контексті означає останній день робочого тижня, на який зазвичай очікують з нетерпінням, однак лише у поєднанні з прецедентним антропонімом *Robinson Crusoe* воно може виступати як ім'я, яким Робінзон Крузо нарік свого друга.

Прецедентні антропоніми можуть також безпосередньо використовуватися для створення комічного ефекту. В основі реалізації комічного зазвичай перебуває мовна гра на базі прецедентних

---

---

антропонімів, що може відбуватися на фонетичному, морфологічному та лексичному рівнях.

Застосування фонетичної мовної гри може сприяти створенню ілюзії спонтанного усного мовлення:

(4) *A delivery man arrives with a parrot. “A parrot for mister “Poy Rot” he says.*

“That’s Pwah-roh,” said the detective.

“Oh, says the delivery man, I have a “Pwah-roh” for mister “Poy Rot” [1].

Фонетична трансформація прецедентного антропоніма будеться на тому, що прізвище *Poirot* має французьке походження, і його графічна та фонетична форми суттєво відрізняються, та оскільки остання є незвичною для англомовної людини, вона заміняється помилковою формою *Poy Rot*, що і є джерелом комізу.

Прийом морфологічної трансформації антропонімів, що створюють комічний ефект, може проявлятися у грі з категорією числа, доданні суфіксів або розкладанні імені на окремі частини:

(5) *Q: What do you call a clever monster?*

*A: Frank Einstein! [2].*

Джерелом комічного у цьому прикладі є те, що прецедентний антропонім *Frankenstein*, розкладений на такі складові, як ім’я *Frank* та прізвище *Einstein*, частково відходить від своєї первинної конотації, а саме «жахлива дурна істота», та набуває конотації, яку має антропонім *Einstein*, а саме «надзвичайно розумна людина».

У контексті антропонімії мовна гра на лексичному рівні найчастіше виражається у прийомах бленду та каламбуру. Останній передбачає двозначність та семантичне відхилення, і оскільки таке явище, як омонімія, є притаманним багатьом англомовним антропонімам, вони широко використовуються у каламбурах:

(6) *20 years ago we had Johnny Cash, Bob Hope and Steve Jobs. Now we have no Cash, no Hope and no Jobs. Please don’t let Kevin Bacon die! [3].*

Явище каламбуру у цьому прикладі ґрунтуються на омонімічних прізвищах відомих людей, а саме *Cash*, *Hope* та *Jobs*, які є співзвучними зі словами, що позначають соціально значні явища та мають позитивну конотацію. Сміхова реакція досягається зштовхуванням та рівнянням цих прецедентних антропонімів з прізвищем *Bacon*, співзвучним зі словом, що має нейтральну конотацію.

Таким чином, прецедентні антропоніми переходять у текст анекdotу не тільки переносячи особистісні характеристики героїв передтекстів, але й створюючи асоціації з відповідним сюжетом. Запозичені власні назви у анекdotі типізуються. Комізм прецедентних антропонімів полягає у встановленні асоціативних зв’язків із прецедентним текстом, що,

---

---

зазвичай, виявляється парадоксальним та несумісним із ситуацією. Також прецедентні антропоніми можуть бути в основі прийомів створення комічного ефекту, що виражається у варіативних трансформаціях антропонімів, каламбурах та блендах.

Перспективи дослідження полягають у аналізі прецедентного антропоніма у комічних художніх жанрах великих та малих форм та у таких фольклорних жанрах, як граффіті, гег, псевдофейніції, малапропізми і т. ін.

#### Література

1. Башкатова Ю.А. Интертекстуальность словесно-художественного портрета / Ю.А. Башкатова. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2006. – 143 с.
2. Москвин В.П. Интертекстуальность: Понятийный аппарат. Фигуры, жанры, стили / В.П. Москвин. – [изд. 2-е, перераб. и доп.]. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 168 с.
3. Нефьодова О.Д. Особливості лінгвостилістичної організації тексту британської літературної казки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фіол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О.Д. Нефьодова. – Харків : Харків. нац. ун-т імені В.Н. Каразіна, 2001. – 18 с.
4. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики / Г.Г. Почепцов. – Київ : Вища школа, 1987. – 131 с.
5. Пьєже-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности ; под общ. ред. Г.К. Косиковой, В.Ю. Лукасика, Б.П. Наумовой. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 240 с.
6. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія / В.О. Самохіна. – [вид. 2-е, перероб. і доп.]. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 360 с.
7. Харченко О.В. Американський дискурс комічного та його лінгвокогнітивні особливості / О.В. Харченко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2010. – № 897. – С. 120–125.
8. Attardo S. Violation of Conversational Maxims and Cooperation : The Case of Jokes / S. Attardo // Journal of Pragmatics. – 1992. – № 6. – P. 537–558.
9. Holmes J. Politeness, power and provocation : how humor functions in the workplace / J. Holmes // Discourse Studies 2 (2). – 2000. – P. 1–17.
10. Raskin V. The Semantic Mechanisms of Humor / V. Raskin. – Reidel : Dordrecht, 1985. – 280 p.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Aha Jokes [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://www.ahajokes.com/>.
2. Frankenstein Jokes [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://halloweenjokes.com/halloween-jokes/frankenstein-jokes> – Title from the screen.
3. Funny jokes [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://www.jokes.com/>.
4. Jokes for Children [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://www.kidspot.com.au/kids-activities-and-games/kids-jokes+34.html>.

**ДЕТЕКТИВНИЙ ДИСКУРС  
У БРИТАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ  
ЯК «СЕРЕДОВИЩЕ ПЕРЕБУВАННЯ» «SUSPENCE-ДИСКУРСУ»**

**Гавриленко М.Ю. (Харків)**

**Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Легейда А.В.**

Це дослідження присвячене актуальній проблемі, що охоплює широкі дискурсивні прошарки від дискурсу сучасних мас-медіа до художнього та рекламного дискурсу, фокусує проблему створення мовного оформлення, функціонального навантаження та стратегічного інструментарію «suspence-дискурсу».

**Ключові слова:** детективний дискурс, дискурс, комунікативна стратегія, художній дискурс письменника.

**Гавриленко М. Ю. Детективный дискурс в британской лингвокультуре как «среда пребывания» «Suspence-дискурса».** Это исследование посвящено актуальной проблеме, охватывающей широкие дискурсивные слои от дискурса современных масс-медиа к художественному и рекламному дискурсу, фокусирует проблему создания языкового оформления, функциональной нагрузки и стратегического инструментария «suspence-дискурса»

**Ключевые слова:** детективный дискурс, дискурс, коммуникативная стратегия, художественный дискурс писателя.

**Gavrilenko M. Detective discourse in British lingvoculture as ‘medium’ of ‘Suspence-discourse’.** This research is devoted to issue of the day that covers discourse elements from the discourse of the modern media to art and advertising discourse, focuses the problem of inventing of functional strain, strategic tooling of so-called ‘Suspence-discourse’.

**Key words:** art discourse of writer, communicative strategy, detective discourse, discourse.

Отже, об'єктом цього дослідження є «suspence-дискурс» детективної фінальної промови як різновид детективного дискурсу у британській лінгвокультурі. Предметом дослідження виступають мовні маркери та стратегії конструювання «suspence-дискурсу» на трьох, умовно виділених нами етапах структурування фінальної детективної промови, а саме *ініціації, розгортання та завершення*. Отже, метою цієї роботи є встановлення мовного репертуару та стратегічного інструментарію «suspence-дискурсу» як дискурстворчих ознак. Зокрема, для детективного художнього дискурсу у нашому випадку, із перспективою

---

---

поширення цих наукових розвідок «suspence-дискурсу» та встановлення подібних репертуару та стратегічного інструментарію для інших видів дискурсу, а саме рекламиного, політичного, медійного, де поняття suspence може стати необхідним та ключовим. Теоретичні розвідки у галузь зазначеної проблематики дозволяють зробити висновок про недостатній ступінь досліджуваності цієї тематики та про її відповідну актуальність. Новизною є те, що такого роду дослідження проводиться вперше.

Витоками аналізу дискурсу у сучасній лінгвістиці вважаються роботи Зелліга Херріса, який працював у рамках проекту університету Пенсільванії. У 1952 році в своїй статті Херріс ввів поняття дискурс-аналізу як методу вивчення руху інформації в дискурсі, призначеного «для розширення дескриптивної лінгвістики за межі одного речення в даний момент часу і для співвіднесення культури та мови» [5, с. 1–2].

Чіткого і загальноприйнятого визначення поняття «дискурс», що охоплює всі випадки його вживання, не існує. Семантична неоднозначність даного терміну простежується з моменту його використання з метою мовознавчого аналізу [2, с. 7]. Так, у французькій мові слово «discours» означає динамічну мову. Словник німецької мови Якоба і Вільгельма Грімма «Deutsches Wörterbuch» 1860 р. дає таке тлумачення даного слова: 1) діалог, бесіда; 2) мова, лекція [3, с. 9].

Поняття дискурсу є одним з найбільш часто вживаних, разом з тим із найбільш суперечливих в лінгвістиці. Враховуючи ментальні основи породження та функціонування мови, дискурс в когнітивно-комунікативній парадигмі розуміємо як «інтегральний феномен, мисленнєво-комунікативну діяльність, що представляє собою сукупність процесу та результату і включає як екстрапінгвістичний, так і власне лінгвістичний аспект, в якому окрім тексту виділяються пресуппозиція і контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), що зумовлюють вибір мовних засобів» [4, с. 38].

Згідно думки проф. Н.Д. Арутюнової «дискурс – це мова, занурена в життя» [1]. Термін «дискурс», як він розуміється в сучасній лінгвістці, близький за змістом до поняття «текст», однак підкреслює динамічність, що розгортається в часі характер мовного спілкування; в противагу цьому, текст мислиться переважно як статичний об'єкт, результат мовної діяльності. Як вже зазначалося, дискурс – це мова, «занурена в життя». Тому термін «дискурс», на відміну від терміна «текст», не застосовується до древніх та інших текстів, зв'язки яких з живим життям не відновлюються безпосередньо.

Під дискурсивним простором ми будемо розуміти певний набір елементів або моделей, взаємодіючих і формують його. У процесі створення дискурсивного простору особливого значення набувають

---

---

способи зчеплення складових елементів різних рівнів, які підпорядковуються риторичної мети і загальної інтенції.

Художній дискурс письменника – це яскраве індивідуально-авторське відображення картини світу, яке проявляється у можливості вільного вибору або тих чи інших мовних засобів як домінуючих і стилеобразуючих. Детективний дискурс можна визначити як одну з різновидів особистісно-орієнтованого дискурсу, спрямованого на художнє спілкування. Його слід розглядати з позиції ситуації спілкування автора детективного тексту і його реальних і потенційних читачів (в т.ч. перекладачів) з метою розваги – захоплюючого розкриття загадкового злочину, зазвичай за допомогою логічного аналізу фактів, спрямованого на розвиток естетичних та інтелектуальних здібностей читача. Унікальність мовної особистості автора детективного твору в тому, що він не тільки передбачає свого читача він його формує, залишаючи в процес співтворчості.

Дискурсивне простір детективного тексту визначається співвідношенням експліцитних смислів, виражених лексичними знаками, і імпліцитних смислів, що утворюють підтекст. Найбільш частотні стратегії детективного дискурсу – це ті, які будується за схемою інтелектуальних міркувань як автора детективного тексту, так і читача, де інтерес зосереджений на процесі розслідування, і стратегії, засновані на схемі пригодницьких колізій, на нагнітанні часто нових драматичних епізодів, в т.ч. часто нових злочинів. Індивідуальна манера письма автора детективного тексту є його ідіостиль, в якому своєрідно переломлюються системні та структурні властивості національної мови.

Детективний текст ми визначаємо як оповідання в стислій, спресованій формі про розкриття таємниці якогось небезпечного і складного злочину, обмеженого квазіфактуальним світом, що розгортається в локально-темпоральному просторі в пошуках відповіді на питання хто, де, коли, як скій злочин.

Письменник-автор детективного тексту пропонує читачеві розвиток думки, який будується з науковою схемою – зіткнення тез і контртез. Міркування – рушійний механізм, за допомогою якого він створює детективний текст. Логічність і художність в результаті – основні особливості детективного дискурсу. Логічність передбачає передбачуваність, передбачуваність як закономірність у послідовності ситуацій спілкування в художньому розслідуванні – передбачуваність сюжету, передбачуваність вибору мовних засобів і т. д. Читач в цьому випадку отримує можливість емоційно переживати і оцінювати події та героїв за їх місцем на хронологічній шкалі подій – саме таким чином завойовується його увагу.

---

---

Отже, у нашому розумінні саме suspense-дискурс відповідальний за підтримання зацікавленості глядацької або читацької аудиторії у дискурсах певних жанрів, зокрема у детективному дискурсі.

З огляду на це перспективою дослідження є встановлення інструментарію подібних стратегій для інших видів дискурсів, які містять «suspense-дискурс» з метою виділення його інваріантних стратегій та дискурстворчих ознак.

#### Література

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс : лингвистический энциклопедический словарь. / Н.Д. Арутюнова. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 136–137 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М. : Сов. энциклопедия, 1966. – 606 с.
3. Миронова Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики / Н.Н. Миронова. – М. : Тезаурус, 1997. – 158 с.
4. Шевченко И.С. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен : монография ; [под общ. ред. И.С. Шевченко ; пер. с укр.]. – Х. : Константа, 2005. – 356 с.
5. Harris Z.S. Discourse Analysis / Z.S. Harris // Language. – 1952. – Vol. 28. – P. 1–30; 474–494.

УДК 811.373'7

## ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНОЇ ФЕМІНІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

**Гутнєва А.О. (Харків)**  
**Науковий керівник: ст. викл. Дробязко О.Є.**

У статті розглядається проблема фемінізації лексичних змін. Розглянуто історичні передумови виникнення феміністського руху в світі. Встановлено поетапність формування феміністського руху в світовому масштабі та у Франції. Проаналізовано ступінь впливу глобальної фемінізації на розвиток французької мови. Проведено дослідження граматичних форм назив професій жіночого роду, їхнього лексичного значення й вживання в сучасній французькій мові та пресі.

**Ключові слова:** гендер, гендерна лінгвістика, фемінізація, еволюція, назви професій, французька мова.

**Гутнєва А.А. Влияние глобальной феминизации на развитие французского языка.** В статье рассматривается проблема феминизации лексических изменений. Рассмотрены исторические предпосылки возникновения феминистского движения в мире. Установлена поэтапность формирования феминистского движения в мировом масштабе и во Франции. Проанализирована

---

---

степень влияния глобальной феминизации на развитие французского языка. Проведено исследование грамматических форм названий профессий женского рода, их лексического значения и употребления в современном французском языке и прессе.

**Ключевые слова:** гендер, гендерная лингвистика, феминизация, эволюция, названия профессий, французский язык.

**Gutneva A.A. The influence of global feminization on the evolution of the French language.** The main aim of the article is to concentrate on the problem of the feminization of lexical changes in the light of gender linguistics. Our analysis is directed at historical preconditions and forming phases of feminist movement in the world and particularly in France. The research focuses on the influence of global feminization on French and the grammatical forms of feminine names of professions, their lexical meaning and use in modern French and the press.

**Key words:** gender, gender linguistics, feminization, evolution, names of professions, French vocabulary.

Об'єктом дослідження є процес фемінізації та його вплив на розвиток французької мови.

Предметом дослідження є відтворювання жіночого роду назв професій, традиційно виконуваних чоловіками, та порядок їх уніфікації в офіційних документах.

Метою цієї наукової розвідки є дослідження граматичних форм жіночого роду, їхнього лексичного значення, вживання в сучасній французькій мові та частоти їхнього використання в пресі (за газетою «Le Monde» та Інтернет джерелами).

Було використано наступні методи дослідження: метод спостереження та лінгвістичного опису з елементами компонентного та кількісного аналізу, історичної та сучасної обserвації.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше розглядається питання впливу процесу фемінізації на французьку мову з точки зору еволюції назв професій та їхніх відповідників жіночого роду, вперше пропонується системний розгляд цих лексичних одиниць на лексико-граматичному та семантичному рівнях. Крім цього, вперше був проведений кількісний аналіз новостворених форм та перераховано процентне співвідношення засобів фемінізації назв професій, які використовуються на сьогоднішній день. Також, була досліджена частота вживання фемінізованих форм в офіційних джерелах та французьких ЗМІ після появи «Циркуляра з питань фемінізації назв професій, посад, ступенів і звань від 6 березня 1998 року» і до наших днів.

Теоретичне значення та практична значущість полягають у тому, що матеріал дослідження може бути використаний на практичних заняттях

---

---

з французької мови у ВНЗ, може стати в нагоді в науково-дослідницькій та перекладацькій діяльності фахівців.

Жінки зіграли дуже велику роль у розвитку суспільства. Неможливо переоцінити їхній вплив на історичні події. Особливо ж дивує в історії андроцентристський та загальний характер призначення жінок. Їхня репродуктивна функція не сприяла їхній цивілізації. Нездатні полювати, вони залежали від чоловіків, для яких були розмінною монетою в обмін на житло та їжу. Саме на основі цього упередженого відношення до жінки була побудована більшість антропологічних, історичних, психологічних, соціальних і соціогенетичних теорій. Презирство до жінок тривало століття. Подібне ставлення можна зустріти майже на всіх континентах. Історичні події, такі як Інквізиції, численні випадки спалення та привласнення жінок (по всій Європі), зміна прізвища при одруженні або систематичне присвоєння прізвища батька та по батькові дітям, а також поява в обігу звертань «*Mademoiselle*» (для незаміжніх жінок) і «*Madame*» (для заміжніх), закони, що забороняли жінкам обіймати державні посади, вивчати медицину, поклали початок дискримінаційному поділу залежно від статі. Цей поділ структурував соціальні ролі чоловіків і жінок і призвів до того, що вони часто жили окремо. Історія, література, навіть медицина та інші галузі знань дають уявлення, що людство складалося тільки з чоловіків. Феміністські дослідження або дослідження роду наочно показують, що гуманітарні науки, як і природничі, приймали протягом століть чоловічу точку зору, відсунувши в тінь цивілізаторський внесок, зроблений жінками.

Сьогодні ці теорії розбиті вщент феміністськими дослідженнями. Сучасні жінки мають притаманні тільки їм соціальні й політичні риси та ознаки, вони шукають консенсус для особистого вибору.

У цій роботі об'єднані і проаналізовані лексичні та граматичні форми жіночого роду і їх використання в сучасній французькій мові та, зокрема, вивчена частота їхнього використання в пресі (за газетою «*Le Monde*» та Інтернет-джерелами). Ця наукова розвідка базується насамперед на соціологічного аналізу фемінізації назв посад упродовж століть.

У Середньовіччі існували такі форми, як «*les soldates, toutes et tous, celles et ceux*», що українською мовою перекласти практично неможливо. Ми пропонуємо свій авторський переклад, який не зовсім відповідає правилам мови-реципієнта: «*жінки-солдати, всі жінки та всі чоловіки, ці жінки та ці чоловіки*». Під час Першої світової війни існували такі слова, як *cheminotte* (жінка-залізничник), *auditrice* (жінка-бухгалтер), *buccheronne* (жінка-лісоруб). Сьогодні це форми *chauffeuse* (жінка-водій), *ambassadrice* (жінка-посол), *superviseure* (жінка-керівник). Виникнення таких форм пов'язане із тим, що чоловіки в силу історичних обставин частково пішли з професії. У жінок можливість працювати тільки

---

---

з'являлася. Вказані професії раніше не виконувалися жінками, а отже і форми іхні існували тільки чоловічого роду. У нашій роботі ми прослідили еволюцію жінок як соціальної одиниці у суспільстві. Проаналізували шлях розвитку свобод жінок.

Протягом століть жінки складали соціальну меншість. Здавалося, ситуацію змінила Французька буржуазна революція з її Декларацією прав. Олімп де Гуж, у своїй Декларації прав жінки й громадянки в 1791 році стверджувала, що «Закон повинен виражати загальну волю, усі громадянки й громадяни повинні конкурувати особисто або через їхніх представників в освіті, що має бути єдиною для всіх: *усі громадянки й громадяни* (*toutes les citoyennes et tous les citoyens*)», що є рівними перед Богом, повинні одержувати рівний доступ до всіх звань, посад і державних служб, виходячи тільки з їхніх здібностей, чеснот і талантів» [4]. Але насправді тоді проголосили тільки права людини і громадянина, але все ж таки ще не права жінок.

У 1836 році була дозволена державна початкова освіта для дівчаток. Сьогодні, за даними Insee (Національний інститут статистичних та економічних досліджень) [7], вони більш успішно складають випускні екзамени, ніж хлопці.

Щодо французьких феміністських рухів, вони ніколи не були масовими, але іхні учасники та учасниці винаходили формулювання, які шокували одних і змушували нишком сміятися інших. Ось деякі з них: «*Робітники усіх країн, хто носить ваші шкарпетки?*», «*Невідомій дружині солдата*», «*Є дехто більш невідомий, ніж невідомий солдат: його жінка*», «*Жінка без чоловіка – як риба без велосипеду*», «*Кожен другий чоловік є жінкою*».

У будь-якому випадку, фемінізація у Франції йде вперед, і тут буде доречним вказати кілька історичних дат, що стосуються процесу фемінізації у Франції:

**1944 рік:** Жінки одержують право обирати й бути обраними за часів правління Тимчасового уряду Республіки, сформованого де Голем.

**1945 рік:** Жінки вперше голосують (кількість виборців майже подвоїлася).

**1946 рік:** У Преамбулі Конституції заявляється, що закон гарантує жінці у всіх галузях, права, рівні з чоловіком.

**1965 рік:** Жінка може працювати, не питуючи дозволу в чоловіка. Жінка може відкривати банківський рахунок.

**1972 рік:** Рівність у заробітній платі чоловіків і жінок закріплена законом.

**1986 рік:** Циркуляр прем'єр-міністра відносно появи жіночого роду назв професій, посад або звань [1].

**6 березня 1998 року:** Новий циркуляр прем'єр-міністра відносно появи жіночого роду назв професій, посад або звань [2].

---

---

**Жовтень 1998 року:** Звіт генеральної комісії з термінології та неології про вживання жіночого роду назв професій, посад або звань [3].

**2 половина 1999 року:** Збірник, в якому представлено жіночий рід назв окремих професій, посад або звань, на допомогу всім, хто бажає ознайомитися, зокрема і фахівцям.

**6 березня 2000 року:** Замітка Міністерства національної освіти відносно появи нових форм жіночого роду назв професій, посад або звань [5].

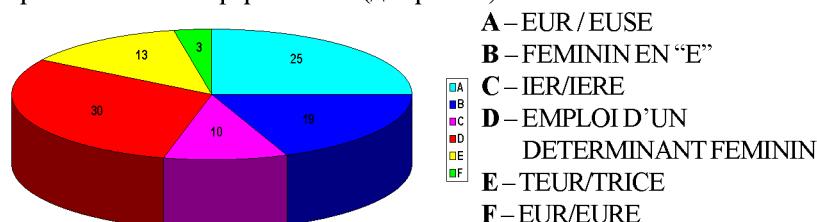
У якості шокуючого прикладу, можна згадати факт, що до 1965 року французькі жінки не могли працювати або відкривати банківські рахунки без дозволу своїх чоловіків.

Не можна й забувати про політичну сферу. Під егідою Валері Жискар д'Естена, жінки з'являються на державній арені, вони займають ключові пости.

Цілком природним є той факт, що всі зміни в суспільстві й у способі життя призводять до еволюції мови. Такий феномен, як фемінізація суспільства, не є виключенням, і має великий вплив на мову. В лютому 1984 року була створена комісія на чолі з Іветт Руді, міністром з прав жінок, яка видала перший в своєму роді Циркуляр відносно появі жіночого роду назв професій, посад або звань [1].

Як і всі романські мови, французька мова має два граматичних роди – чоловічий і жіночий. Таким чином, мова відображає гендерну ієархію, соціальну цінність жінок і чоловіків. Саме тому сьогодні нові форми назв професій жіночого роду створюються кожен день. Одним із завдань цієї наукової роботи було провести їх лінгвістичний та кількісний аналіз.

Шляхом тотальної вибірки зі словників та інших різних джерел нами було обрано 706 фемінізованих форм. Їх аналіз дозволив класифікувати їх за постпозиційною складовою їхньої типової структури – флексією, суфіксом, або навіть службовим детермінантам. Ці результати можуть проілюструвати консерватизм суспільної думки, адже французи для створення форм жіночого роду вважають за краще вживати жіночий артикль без зміни форми слова (діаграма 1).



Діаграма 1. Фемінізація слів у %

(Джерело: Nouveau Dictionnaire féminin – masculin des professions [6])

---

---

Наші зусилля були зосереджені на виборці жіночих форм у період з 1988 по 2013, що дозволило обрати найбільш поширені форми та їх використання (прогресивне або регресивне).

Таким чином, найчастіше уживаними формами жіночого роду є такі слова, як: *directrice* (директриса), що створюється за допомогою суфіксу жіночого роду *-trice*, далі такі форми: *présidente* (жінка-президент), *avocate* (адвокатеса), *professeure* (жінка-викладач) та *ingénieure* (жінка-інженер), *écrivaine* (письменниця). Тут створення форми жіночого роду відбувається за допомогою додавання закінчення *-e* в кінці слова чоловічого роду, в той час як назви таких професій, як *juge* (суддя) залишаються чоловічого роду, адже немає можливості змінити форму слова. Отже форма жіночого роду створюється лише за допомогою використання артикля жіночого роду.

Форма спільногороду – *secrétaire* (секретар), *journaliste* (журналіст) використовуються дуже часто. Отже, можна зробити висновок, що форми жіночого роду з'явилися у таких назв, які це дозволяють з граматичної точки зору. Якщо взяти, наприклад, слово *médecin* (лікар), додавання до нього закінчення жіночого роду повністю змінить значення слова, а це є неприпустимим.

Аналіз було побудовано на змінах граматичного роду назв професій, референтами яких є жінки. З цією метою була створена база даних з газети “Le Monde” та інших Інтернет-джерел під час видатних для фемінізації років.

По-перше, можна стверджувати, що фемінізація розвивалася після 1998 року, що відразу ж відображається на кожному слові, залученому до аналізу, навіть якщо деякі назви зазнали не дуже великих змін. Треба підкреслити, що незважаючи на фемінізацію суспільства, назви професій, що використовуються з прикметником або пояснюючим та уточнюючим іменником не використовуються у жіночому роді. Тобто навіть якщо ми говоримо про *directrice* (директрису), як самостійну назву професії, то у словосполученні *directeur général* (генеральний директор) форма залишиться чоловічого роду.

Зміні не відбуваються в однаковому темпі для всіх назв. Наприклад, еволюція слова *professeure* (жінка-викладач) шляхом додавання закінчення жіночого роду *-e* пройшла набагато повільніше, ніж слів *ministre* (жінка-міністр) шляхом зміни артикля і *députée* (жінка-депутат) за допомогою додавання закінчення жіночого роду *-e*.

Можна констатувати, що фемінізація більш обумовлена типами професій, ніж типами іменників. Ілюструє це явище слово *secrétaire* (секретар).

На основі соціологічного аналізу періоду кількох століть, можна зробити висновок, що фемінізація йде вперед. Еволюція французької мови

---

---

добре вписується у динаміку глобальних соціальних змін у межах міжстатевих відносин.

Предмет вивчення потебує подальшого вивчення. На основі цього дослідження вже можна передбачити наслідки еволюції французької мови. Перспектива полягає у тому, що французька мова могла б стати одного дня мовою, де граматичний рід точно відповідав би роду референта.

#### Література

1. Circulaire du 11 mars 1986 relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre. – Режим доступу : <http://admi.net>.
2. Circulaire du Premier ministre relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre du 6 mars 1998. – Режим доступу : <http://admi.net>.
3. Comission générale de terminologie et de néologie. Rapport sur la féminisation des noms de fonction, métier, grade ou titre. – 1998. – Режим доступу : <http://www.culture.fr>.
4. De Gouges O. La Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne de 1791 / Olympe De Gouges. – Режим доступу : <http://www.droitshumains.org>.
5. Note du Ministère de l'éducation nationale relative à la féminisation des noms de métier, fonction, grade ou titre du 6 mars 2000. – Режим доступу : <http://admi.net>.
6. Nouveau Dictionnaire féminin – masculin des professions, des titres et des fonctions. – Генève : Métropolis, 1999. – 340 p.
7. L'Institut national de la statistique et des études économiques. – Режим доступу : [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

УДК 811.111'373.4

## МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ У СУЧАСНИХ МОЛОДІЖНИХ КОМЕДІЯХ

**Додух Ю.О. (Харків)**

**Науковий керівник: канд. пед. наук, доц. Варенко Т.К.**

Статтю присвячено дослідженням англомовного молодіжного сленгу та аналізу його видів, способів утворення нових лексических одиниць сленгу, визначенню розповсюдженості його вживання серед молоді.

**Ключові слова:** англомовний сленг, молодіжний сленг, сленг.

**Додух Ю.А. Молодёжный сленг в современных молодёжных комедиях.**

Статья посвящена исследованию англоязычного молодежного сленга и анализу его видов, способов образования новых лексических единиц сленга, определению распространённости его употребления среди молодежи.

**Ключевые слова:** англоязычный сленг, молодёжный сленг, сленг.

---

---

**Dodukh J.O. Youth Slang In Modern Youth Comedies.** The article studies English youth slang and analyzes its forms, methods of formation of its new lexical units, determines the frequency of its use among young people.

**Keywords:** English slang, youth slang.

Мова – це соціальне явище, дзеркало, що відображає особливості її носіїв, культуру та історію, реагує на всі зміни в суспільстві. Від спілкування залежить сприйняття людини суспільством, її авторитет у суспільній та професійній діяльності. Основним елементом спілкування є мовлення. Мовлення – це специфічна форма відображення дійсності. Вона реагує на зміни, що відбуваються у нашому житті, що пов’язані зі зміною культурних орієнтирів, цінностей та установок. Сленг, будучи невід’ємною частиною мови і, відповідно, мовлення є одним з основних і найбільш проблематичних аспектів лексикології.

Деякими дослідниками сленг сприймається як щось невластиве літературній мові, мові інтелігентної людини. Проте, сьогодні ми спостерігаємо «експансію» сленгової лексики в усі сферах людської діяльності: сленг вживається на радіо та телебаченні, в пресі, літературі, в мережі інтернету, не кажучи вже про усне спілкування людей різного віку, соціальних груп і класів.

Актуальність даної роботи визначається суперечливістю точок зору стосовно поняття «сленг» у лінгвістичних дослідженнях і його широким вживанням (особливо серед молоді). Крім того, вивчення саме молодіжного сленгу набуває надзвичайної актуальності в умовах розширення міжнародних контактів (стажування, перегляд відеофільмів, прослуховування сучасних пісень і читання сучасних творів англійською мовою, неформальне спілкування з носіями мови). Новизна дослідження полягає в тому, що здійснено спробу систематизувати сучасний сленг молодіжних комедій ХХІ століття за його видами та способами утворення. Об’єктом даного дослідження є англомовний молодіжний сленг. Предметом дослідження є випадки використання сленгу в молодіжних комедіях. Мета дослідження – виявити специфіку використання сленгу в молодіжних комедіях та визначити основні способи його утворення. Матеріалом дослідження послугували сучасні американські молодіжні комедії: “*Ted*” (2012), “*We’re the Millers*” (2013), “*Friends with Benefits*” (2011), “*Love and Other Drugs*” (2010).

Сленг – це доволі поширене явище, яке є засобом спілкування великої кількості людей. Поняття «сленг» – це одне з найбільш дискусійних феноменів в англійській лексикології. Існує чимало визначень цього поняття, які нерідко суперечать один одному. Важкість дослідження походження терміну «сленг» поглиbuється його багатозначністю та різноманітністю трактування різними авторами.

---

---

Так, у відомому «Словнику лінгвістичних термінів» О.С. Ахманової сленг – «це 1) розмовний варіант професійного мовлення. 2) елементи розмовного варіанту той чи іншої професійної або соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову чи взагалі в мову людей, не мають прямого відношення до цієї групи осіб, набувають у цих різновидах мови особливе емоційно-експресивне забарвлення (особливу лінгвостилістичну функцію)» [1, с. 409].

Лінгвіст В.О. Хомяков трактує поняття як відносно стійкий для певного періоду, широко вживаний, стилістично маркований (знижений) лексичний пласт (іменники, прикметники та дієслова, що позначають побутові явища, предмети, процеси та ознаки), компонент експресивного просторіччя, що входить у літературну мову, дуже неоднорідний за своїми джерелами, ступенем наближення до літературного стандарту, що часто представляє протест-насмішку проти соціальних, етичних, естетичних, мовних та інших умовностей та авторитетів» [8, с. 77].

Відрізняється від попередніх визначень дефініція Великого енциклопедичного словника, де сленг (англ. slang) – «це 1) те саме, що і жаргон, переважно в англомовних країнах. 2) варіант розмовного мовлення (це експресивно забарвлений елементи цього мовлення), які не збігаються з нормою літературної мови» [2].

У словнику “The Random House Unabridged Dictionary of the English Language” сленг «це 1) вокабуляр, що характеризується метафоричністю, яскравістю та недовговічністю. 2) мовлення та письмо, що характеризуються використанням вульгарного вокабуляра. 3) соціально-професійні жаргони [9, с. 670].

Отже, підсумовуючи вищезазначені тлумачення сленгу можна зробити висновок, що при всій своїй популярності це поняття термінологічною точністю не володіє.

Проте, наведені вище точки зору дозволяють узагальнити його найбільш істотні властивості:

1. сленг це нелітературна лексика, тобто слова та словосполучення, що знаходяться за межами літературної англійської (стандартної англійської) мови;
2. сленг це лексика, що виникає та вживається насамперед в усному мовленні;
3. сленг це емоційно забарвлена лексика;
4. сленг включає в себе різні слова та словосполучення, за допомогою яких люди можуть ототожнювати себе з певними соціальними і професійними групами.

Сленг присутній в усіх сферах діяльності людини. Він змінюється відповідно до часу та простору. Сленг допомагає особистості заявити про

---

---

себе у власному мікросоціумі та водночас відокремиться разом з ним від решти суспільства.

Наразі можна виділити два основних види сленгу: загальний і спеціальний. В. Г. Вілюман, займаючись проблемою сленгу, сформулював деякі його важливі особливості. Автор запропонував розрізняти [3, с. 47–50]:

1) загальний сленг, тобто той, який знаходиться за межами літературної мови. Це загальнозрозумілі та широковживані в розмовній мові образні слова та словосполучення емоційного характеру. Ці слова відрізняються новизною та оригінальністю і виступають в якості синонімів до слів і словосполучень, які вже існують у літературній мові;

2) спеціальний сленг, тобто слова та словосполучення того або іншого професійного або класового жаргону.

Для розмежування різних груп слів нелітературного шару англійської літературної мови найбільш доцільно буде вважати сленгом ту лексику, яка з'являється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходят до загальновживаної літературної розмовної лексики.

У сучасній лінгвістиці виділяють кілька способів утворення сленгу:

- конверсія спосіб словотворення без використання спеціальних словотворчих афіксів; це перехід слова з однієї частини мови в іншу, а саме коли називна форма слова однієї частини мови використовується без всяких змін в якості іншої частини мови [5, с. 175];
- абревіація – це елемент мовлення, що складається зі скорочених слів [6, с. 12];
- редуплікація фономорфологіческого явища, а саме подвоєння початкового складу (часткова редуплікація) або цілого кореня (повна редуплікація) [6, с. 56];
- іншомовні запозичення [7, с. 48];
- метафоризація – (або семантичне переосмислення) у сленгу дозволяє точно та коротко описати особливості зовнішності, характеру, поведінки, тощо. Також вона дозволяє створити новий яскравий незабутній образ. Наприклад: *hold on to your socks* (так що тримайтесь), *to put a blow-torch* (дати чарівного стусана), *stay kind* (будьте здорові), *to peak career-wise* (зайнятися кар'єрою), *to shake a bit* (потанцювати), *to bust out some moves* (показати клас в танці) [8, с. 105];

• афіксація – творення слів за допомогою афіксів (префіксів і суфіксів). Наприклад: *smiley* (знак-символ), *hacker* (програміст-фанатик), *kludgy* (зроблений поспіхом), *crocky* (ніжний), *chunking* (роздавати на шматки).

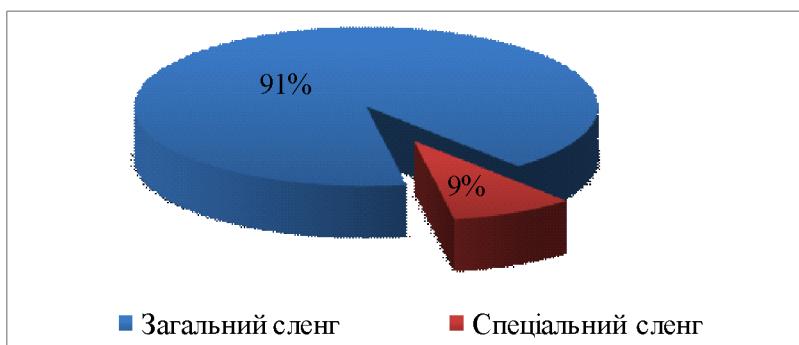
Взагалі в слензі проявляється тенденція до спрощення, до економії мовних зусиль, що виявляється у вживанні коротких слів і скороченні лексичних одиниць.

---

Молодіжна культура – це свій, ні на що не схожий світ, який відрізняється від дорослого своєю експресивнотю, часом навіть різкою й грубою манерою висловлювання думок, почуттів, це свого роду словесний абсурд, який можуть вживати тільки молоді люди, сміливі та рішучі, налаштовані проти всього світу. Внаслідок цього власне і виник молодіжний сленг. Звідси, молодіжний сленг – це сукупність мовних засобів високої експресивної сили, що постійно змінюються та, які використовуються у спілкуванні молодих людей, які перебувають між собою у фамільярних, дружніх відносинах, і вони є засобом внутрішньогрупового спілкування молоді.

Згідно з дослідженням Коловської Н. А. молодь запровадила близько 30% усього сленгу, що є лексикою табу та відноситься до сексуальної сфери [4, с. 10]. Більшу групу молодіжного сленгу становить лексика, пов’язана з уживанням алкоголю і вечірками. Особливої уваги заслуговує та частина молодіжного сленгу, яка становить емоційно забарвлена лексику, найчастіше з глузливою, іронічною або пародійною конотацією, що загалом характерно для будь-якого професійного жаргону.

У межах проведеного дослідження здійснено спробу проаналізувати два основні види: загальний та спеціальний на матеріалі 4 сучасних молодіжних комедій: “*Ted*” (2012), “*We’re the Millers*” (2013), “*Friends with Benefits*” (2011), “*Love & Other Drugs*” (2010) (1-4). Результати аналізу сучасних молодіжних комедій наведено у вигляді наступної діаграми (див. Діаграму 1.).

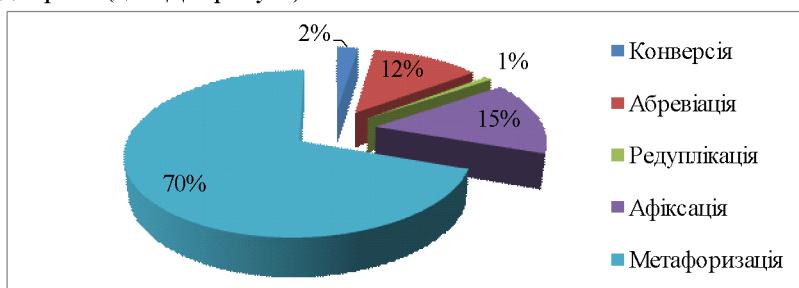


Діаграма 1. Співвідношення загального і спеціального сленгу

Як видно з діаграми 1, загальний сленг є найбільш вживаним (91% випадків). Вживання спеціального сленгу складає 9% випадків та включає в себе лексику, пов’язану з наркоманією, сексом, вечірками та роботою у сфері медицини. Лексика загального сленгу переважає, оскільки ці комедії призначенні для широкого загалу людей різної вікової категорії, різних професій та хобі; така лексика зрозуміла практично всім

соціальним верствам населення, а отже, саме цьому виду сленгу віддано перевагу. Ще однією причиною широкого використання загального сленгу є його надзвичайна експресивність та емоційних характер, грубоватість та жартівливість, які притаманні жанру молодіжної комедії.

У результаті проведеного дослідження 4 сучасних молодіжних комедій: “*Ted*” (2012), “*We’re the Millers*” (2013), “*Friends with Benefits*” (2011), “*Love & Other Drugs*” (2010) (1-4) виокремлено такі способи утворення сленгу: конверсія (перехід з однієї частини мови в іншу без зміни називної форми слова), афіксація (творення слів за допомогою префіксів і суфіксів), метафоризація (семантичне переосмислення), абревіація (скорочення слів), редуплікація (подвоєння початкового складу або цілого кореня) та іншомовні запозичення. Докладніше ці результати представлені у вигляді діаграми (див. Діаграму 2.).



Діаграма 2. Способи утворення молодіжного сленгу  
в молодіжних комедіях

Як видно з наведеної діаграми, найбільш уживаним способом утворення сленгу є метафоризація (70% випадків). На другому місці стоїть афіксація (15%), на третьому – абревіація (12% випадків). Конверсія зустрілася лише у 3 випадках, що у нашому випадку склало всього 3%, а редуплікація взагалі використовувалася один раз, що свідчить про її непопулярність у сучасному молодіжному слензі. Іншомовні запозичення в межах проведеного дослідження виявлено не було.

Отже, враховуючи все зазначене вище можна зробити наступні висновки: 1) сленг – це та лексика, яка з’являється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходять до загальновживаної літературної розмовної лексики, а також це емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю, поширені серед соціальних низів і певних вікових груп; 2) існує два основні види сленгу: загальний (зрозумілий широкому загалу людей) та спеціальний (об’єднує певну групу людей, пов’язаних професією чи хобі); 3) у сучасній лінгвістиці виділяють шість основних способів утворення сленгу:

---

---

конверсію, афіксацію, метафоризацію, абревіацію, редуплікацію та іншомовні запозичення, з яких на практиці найбільш вживаними є метафоризація, афіксація та абревіація; 4) молодіжний сленг – це слова та вирази, які молодь використовує у спілкуванні між собою, і які вирізняються жвавістю, гнучкістю й несподіваною дотепністю; 5) переважна більшість молодіжного сленгу – емоційно забарвлена лексика, найчастіше з глузливою, іронічною або пародійною конотацією.

Перспективою роботи є систематизація особливостей та аналіз сленгу молоді у порівнянні з іншими видами сленгу.

#### Література

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М. : Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс] – Режим доступу : <http://www.vedu.ru/bigencdic/>.
3. Вилюман В.Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке / В.Г. Вилюман // Учен. зап. Ленингр. гос. пед. ин-та им. А.И. Герцена. – 1955. – Т. 3. – С. 47–50.
4. Коловская Н.А. Особенности функционирования американского студенческого сленга / Н.А. Коловская // Ярославский педагогический вестник. – М. : Наука, 2004. – № 2. – С. 9–12.
5. Кубрякова Е.С. Основы морфологического анализа. / Е.С. Кубрякова. – М. : Наука, 1974. – 324 с.
6. Лопатин В.В. Русский толковый словарь: Ок. 35000 слов. – 3-е изд., испр. и доп. / В.В. Лопатин, Л.Е. Лопатина. – М. : Рус. яз., 1994. – 832 с.
7. Матюшенко Е.Е. Заимствование как один из самых продуктивных способов образования единиц современного молодёжного сленга / Е.Е. Матюшенко // Социальные варианты языка – II : материалы Междунар. науч. конф. – Н. Новгород : НГПУ имени Н.А. Добролюбова, 2003. – 389 с.
8. Хомяков В.А. Введение в изучение основного компонента англ. просторечия / В.А. Хомяков. – Вологда : Министерство просвещения ОСФСР Вологодского гос. пед. ин-та, 1971. – 318 с.
9. The Random House Unabridged Dictionary of the English Language. N. Y., 1993. – 890 p.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Friends with Benefits [Electronic resource] – Access : [http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie\\_script.php?movie=friends-with-benefits](http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=friends-with-benefits).
2. Love & Other Drugs [Electronic resource] – Access : [http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie\\_script.php?movie=love-and-other-drugs](http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=love-and-other-drugs).
3. Ted [Electronic resource] – Access : <http://screenplayexplorer.com/wp-content/scripts/ted.pdf>.
4. We're the Millers [Electronic resource] – Access : [http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie\\_script.php?movie=were-the-millers](http://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=were-the-millers).

## МОВНА ОСОБИСТІТЬ ПИСЬМЕННИКА. ОСОБЛИВОСТІ СТИЛЮ РОМАНІВ Р. ГАРІ

Духневич М.О. (Харків)  
Науковий керівник: ст. викл. Дробязко О.Є.

В даній роботі було детально проаналізовано життя та творчість Р. Гарі. При аналізі «подвоєної» мовної особистості Р.Гарі, на прикладі двох його романів, що були написані під різними псевдонімами та отримали Гонкурівську премію («Все життя попереду» та «Корні неба»), було зроблено висновок про те, що навіть вживаючи актуальні методи встановлення авторства, іноді не є можливим чітко встановити принадлежність твору до певного автору.

**Ключові слова:** міфологізація образу, мовна особистість автора, «подвоєна» особистість.

**Духневич М.О. Языковая личность писателя. Особенности стилей романов Р. Гарі.** В данной работе были детально проанализированы жизнь и творчество Р. Гарі. При анализе «раздвоенной» языковой личности Р. Гарі, на примере двух его романов, написанных под разными псевдонимами и получившими Goncourtскую премию («Вся жизнь впереди» и «Корни неба»), был сделан вывод о том, что даже использование актуальных методов установления авторства иногда не позволяет установить принадлежность романа тому или иному автору.

**Ключевые слова:** мифологизация образа, «раздвоенная» личность, языковая личность писателя.

**Douhnevich M.O. Linguistic personality of the author. Style particularities of the novels of R. Gary.** In this research was made a detailed analysis of the life and work process of R. Gary. During the analysis of the «double» personality of R. Gary, while taking into consideration 2 novels, written under the pseudonyms of 2 different authors, that won the Goncourt Prize («La vie devant soi» and «Les racines du ciel»), there was made a conclusion that even while using actual methods of author determination it is sometimes impossible to determine the author of the novel.

**Key words:** «double» personality, image mythologization, linguistic personality of the author.

Актуальність даного дослідження визначається значною зацікавленістю людей в «подвоєнні» свої особистості для змінення свого образу. Об'єктом дослідження є життєвий та творчий шлях французького письменника та великого мистифікатора Ромена Кацев (Гарі). Предметом є мовні особливості творчості Ромена Гарі та Еміля Ажара (лексичні, граматичні та синтаксичні) в контексті мовної особистості письменника.

---

---

Сьогодні вивченю поняття мовна особистість письменника приділяється дуже велика увага, адже саме особистість письменника відіграє значну роль в літературному образі автору та особливостях його творчості.

Термін «мовна особистість» був введений в науковий обіг В.В. Виноградовим в 1930-х рр. у книзі «Про мову художньої прози». Він досліджував дві сфери художньої мовної особистості – особистість автора і особистість персонажа. До мовної особистості як до задачі дослідження, об'єкту вивчення і як дослідному прийому можна підійти з різних позицій:

- 1) з позиції психолінгвістики – від психології мови і мовлення;
- 2) з позиції лінгводидактики – від закономірностей вивчення мови;
- 3) з позиції вивчення мови художньої літератури, тобто лінгвістиці тексту.

Таким чином, неоднозначність терміна визначається різними підходами до мовної особистості як до об'єкту дослідження. В даному дослідженні детально розглянуто мовну особистість Ромена Кацев з позиції лінгвістиці тексту.

Розглядаючи поняття мовної особистості письменника, Р. Кацев було розглянуто як «великого містифікатора та міфологізатора», який обирає своєю справжньою реальністю міф та з легкістю та повільністю замінює свої маски, залишаючись при цьому непоміченим. При аналізуванні біографії Р. Кацев було виявлено його склонність до змінення реальності, наприклад, створення численних псевдонімів, без яких письменника вже не можна уявити. Напевно, саме складний характер, сформований з різноманітних етапів та моментів його життя, і є причиною створення його «багатосторонньої» особистості.

Найбільший інтерес в дослідженні представляє дослідження особистості Ромена Кацев, яка складається з особистостей двох геніальних письменників (Р. Гарі та Е. Ажара), поєднаних в одному авторі. Створивши свій новий образ, представлений особистістю ще дуже молодого та талановитого письменника Е. Ажара, Р. Кацев вдалося зробити те, що до нього ще не робив ніхто: він отримав дві Гонкурівські премії (в 1956 р. під псевдонімом Ромена Гарі – за роман «Корні неба» та в 1975 р. під іменем Еміля Ажара – за роман «Все життя попереду»). Гонкурівська премія є найпрестижнішою літературною премією у Франції, та членами журі постають представники Французької академії. Та, відповідно до всіх правил, автор лише один раз за все життя може отримати дану премію. Чи можна пояснити отримання автором двох нагород неуважністю або некомпетентністю членів Французької академії? А також, виникає питання як саме автор може настільки змінити свій образ, що ніхто й навіть не

---

---

може собі уявити, хто може бути справжнім автором? В даному дослідженні буде надана відповідь на ці дуже цікаві питання.

Таким чином, для здійснення даного дослідження було детально розглянуто творчість Р. Кацев, поділену на два значних етапи: саме творчість Р. Гарі під цим псевдонімом та його творчість як творчість Е. Ажара. При порівнянні техніки написання «двох» авторів були зроблені наступні висновки: усі романі Е. Ажара написані у формі оповіді, чим вони і відрізняються від романів Р. Гарі; для обох авторів характерно «прогресивне письмо», тобто для них не характерна робота зі збору підготовчих документів до написання роману, тобто планів, нотаток, малюнків та ін.; однаково оформлені тексти чорнової версії – немає поділу на глави, письмо швидке, виправлення послідовні та вносяться одночасно з написанням безпосередньо тексту твору. Також слід відзначити наявність певної низки схожостей в виборі основних тем, лейтмотивів та персонажів його романів (наприклад, досить часто зустрічається тема старості, хвороби; схожі лейтмотиви героя – стойка та героя, який стає жертвою певних обставин та схожість герой, які приносять себе в жертву заради інших).

В подальшому дане дослідження буде побудовано на результатах аналізу романів «Все життя попереду» Е. Ажара та «Корні неба» Р. Гарі. Для детального та чіткого аналізу проблеми містичного створення Р. Кацев нового автору, було розглянуто певні методи виявлення авторства твору: метод автоматизованої обробки даних, метод «міжтекстової відстані» та метод виявлення повторних синтагм.

Метод автоматизованої обробки даних полягає в аналізі довжини речення, частотності, лексичного багатства словника, тобто основних лексикометрических текстових складових. В результаті даного методу було підраховано індекс різноманітності лексики двох романів та виявлено, що в романі «Корні неба» лексичний словник більш багатий, ніж в романі «Все життя попереду».

Метод «міжтекстової відстані» було впроваджено видатним дослідником Д. Лаббе. Він визначає відстань між двома текстами як суму різниць частот усіх вокабул з найменшого тексту і з усіх можливих вибірок, що дорівнюють найменшому тексту, які можна отримати з більшого тексту, для їх порівняння. Було отримано наступні результати: «міжтекстова відстань» між романом «Все життя попереду» і романом «Корні неба», дорівнює 0,327 і 0,360: таким чином, або у текстів різні автори, або один автор написав тексти, що відносяться до різних жанрів.

Метод виявлення повторних синтагм, полягає в аналізі незмінних груп слів, які постійно вживає автор. В результаті даного методу виявлено, що автори мають 13 спільних груп дієслів. Прикладом повторних синтагм в 2 романах є: *vouloir dire* (укр. хотіти сказати), *devoir être* (укр. повинний

---

---

бути), *falloir être* (укр. треба бути), *laisser tomber* (укр. обронити), *aller faire* (укр. піти зробити) та ін.

Результати даних методів в дослідженні свідчить, незважаючи на розбіжності, про незаперечну принадлежність обох романів Р. Гарі. Але ці результати не є остаточними та для дослідження важливо розглянути поставлене питання з різних сторін.

При порівняльному аналізі двох романів, було виявлено певну низку особливостей лексики творів:

- узгодження за змістом, наприклад:

«*Toi, est ce que j'ai de plus cher au monde*» (Е. Ажар «Все життя попереду»)

«*La plupart d'eux portaient sur leurs fronts l'orgueil de leur origine*» (Р. Гарі «Корні неба»)

- різноманітні помилки, наприклад:

«*à neuf ans, c'était pas possible, j'étais encore trop minoritaire*» (Е. Ажар «Все життя попереду»)

В романі ж Р. Гарі помилок виявлено не було.

- створення нових слів, наприклад:

«*confusé*» замість «*confus*» (Е. Ажар «Все життя попереду»)

В романі «Корні неба» Р. Гарі нових слів складено не було.

Дані особливості свідчать про наявність в романах серйозних розбіжностей за лексичною ознакою. При розгляданні синтаксичних особливостей в текстах авторів було розглянуто:

- сурядність, наприклад:

«*Ce n'est pas la peine de discuter avec les drogués, ils n'ont pas de curiosité*» (Е. Ажар «Все життя попереду»)

«*Personne mieux que Scholscher ne connaissait le désert, il avait passé tant de nuits seul sur les dunes étoilées*» (Р. Гарі «Корні неба»)

- зевгму, наприклад:

«*s'il était à lui et à vendre*» (Е. Ажар «Все життя попереду»)

«*Les femmes qui faisaient sécher le manioc et peur*» (Р. Гарі «Корні неба»)

- час дієслова та його способи, наприклад:

«*C'est dommage que Madame Rosa n'était pas belle*» (Е. Ажар «Все життя попереду» – з помилкою)

«*Dommage, pensa Morel, qu'un gosse de cet âge soit si peu exigeant*» (Р. Гарі «Корні неба» – без помилок)

- особливості вживання сполучників та прийменників, наприклад:

«*C'était lui qui faisait le marché à cause de l'escalier*» (Е. Ажар «Все життя попереду») та ін.

Синтаксичні розбіжності є дуже значними, адже обидва романі зовсім різні за стилями, тобто в одному домінують різноманітні помилки та

---

---

відхилення від норми, а в іншому відбувається повне дотримання норми та зовсім немає помилок.

Таким чином, було зроблено висновок, що іноді, методи виявлення авторства не є діючими, адже автор може настільки змінити лексику та синтаксис в своєму романі та його стиль взагалі, що навіть видатним фахівцям з Французької Академії іноді не вдається помітити, хто насправді є автором твору.

Перспективою дослідження є можливість використання результатів і висновків в pragmalінгвістиці й лінгвістиці тексту та можливість подальшого використання моделі виявлення авторства тексту та мовної особистості письменника.

#### Література

1. Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей / В.В. Виноградов. – М. : Худ. лит., 1961. – 641 с. 2. Юнг К.Г. Душа и миф: шесть архетипов / К.Г. Юнг. – М., 1997. 3. Ajar E. La vie devant soi / À. Ajar. – P. : Mercure de France, 1975. – 286 p. 4. Anissimov M. Romain Gary, le caméléon / I. Anissimov. – P. : Denoël, 2004. – 745 p.
5. Labbé C. R. Gary et E. Ajar / C. Labbé, D. Labbé // Grenoble, 2007. – P. 146–153.
6. Gary R. Les racines du ciel / R. Gary. – P. : Gallimard, 1956. – 494 p.

УДК 811.111'42

## РЕКОНТЕКСТУАЛІЗАЦІЯ МИСТЕЦТВА У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

**Єгіазарян Т.Т. (Харків)**  
**Науковий керівник:**  
**канд. філол. наук, доц. Пшеничних А.М.**

У статті викладено аналіз процесу реконтекстуалізації мистецтва у рекламному типі дискурсу. У роботі розглядаються об'єкти реконтекстуалізації, описуються мовні засоби, використані у слоганах, та обіцяння як стратегія впливу реклами цього типу на споживача.

**Ключові слова:** апропріація, рекламний дискурс, реконтекстуалізація мистецтва, слоган, стратегія обіцяння.

**Егіазарян Т. Т. Реконтекстуализация искусства в рекламном дискурсе.** В статье изложен анализ процесса реконтекстуализации искусства в рекламном типе дискурса. В работе рассматриваются объекты реконтекстуализации, описываются языковые средства, используемые в слоганах, и обещание как стратегия воздействия рекламы данного типа на потребителя.

---

---

**Ключевые слова:** апраприация, рекламный дискурс, реконтекстуализация искусства, слоган, стратегия обещания.

**Egiazaryan T. T. Art recontextualization in advertising discourse.** The article presents the analysis of art recontextualization process in advertising discourse. The paper covers the objects of recontextualization, it also describes the linguistic means used in slogans and promise as an advertiser strategy of influence on the consumer.

**Key words:** advertising discourse, appropriation, art recontextualization, strategy of promise, slogan.

У статті викладено результати дослідження реконтекстуалізації мистецтва внаслідок його апраприяції реклами, тобто зміна сенсу того чи іншого витвору мистецтва внаслідок його апраприяції рекламодавцями. Процес апраприяції об'єкту мистецтва, тобто привласнення певного об'єкта мистецтва різними медіа, зокрема реклами [3, с. 8], супроводжується його реконтекстуалізацією, коли фігура витягається зі свого початкового контексту та вводиться в інший контекст зі зміною її оригінального значення [2, с. 33].

Актуальність дослідження зумовлена інтересом сучасної лінгвістики до вивчення гетерогенних текстів (тобто текстів, в яких дійсність структурується знаками різних семіотичних систем [1, с. 44]), а також тим, що до вивчення процесів смысловорення у сучасному рекламному дискурсі залишаються данні суміжних із лінгвістикою дисциплін.

Об'єктом дослідження є реконтекстуалізація мистецтва у сучасному рекламному дискурсі, а предметом – види реконтекстуалізації мистецтва у рекламі, вербально-візуальні засоби створення смыслів та обіцяння як стратегія впливу на споживача.

Метою дослідження є виділення різновидів реконтекстуалізації мистецтва у рекламі, вивчення особливостей формування смыслів внаслідок апраприяції мистецтва, виявлення вербально-візуальних засобів, використаних у рекламному тексті, та стратегій впливу на споживача.

Наукова новизна дослідження полягає у вивчені смыслового плану образу реклами через аналіз текстової частини реклами, тобто слогану та логотипу, у єдності з її візуальною складовою.

У ході дослідження було з'ясовано, що до об'єктів реконтекстуалізації мистецтва належать витвір мистецтва, стиль певного художника, персонажі літературних творів, сам автор та його витвір мистецтва або деталі відомого шедевру. Прикладом апраприяції витвору мистецтва є реклама сайту знайомств, де використано картину Леонардо да Вінчі “Мона Ліза” (див. рис. 1).



Рис. 1.

Реконтекстуалізація картини Леонардо да Вінчі “Мона Ліза” у рекламі сайту знайомств

набуває значення лише у взаємодії із візуальною, тому відмежування мовного плану є умовним.

1. До фонетичних засобів, які використовують рекламодавці для створення слогану, відносяться алітерація, асонанс, рима. Наприклад, реклама сайту азартних ігор, що використала картину Леонардо да Вінчі “Тайна вечеря” (див. рис. 2), використала риму у своєму салогані *There is a place for fun and games* (Завжди є місце для весілля та ігор).



Рис. 2. Реконтекстуалізація картини Леонардо да Вінчі “Тайна вечеря” у рекламі сайту азартних ігор

У даній рекламі представлена відома картина Леонардо да Вінчі, на оригіналі якої був зображений Ісус Христос зі своїми апостолами, які ввечеряли перед днем його розп'яття. На рекламному ж зображені на столі замість їжі лежать різні карткові ігри, рулетки, усі атрибути казино. Рекламний контекст змінює увесь сенс картини, зробивши її розпутною. У цей спосіб реклама даного сайту азартних ігор стверджує, що щоб вас

На зображені замість звичайно однієї Мони Лізи поруч із нею знаходиться чоловік, який обіймає її за плечі. Внизу зображення розташоване серце, в середині якого – слоган *Never again single* (Більше ніколи не будете самотні). Використане у слогані слово *never* (ніколи) створює антитезу з історією картини, тому що Мона Ліза була завжди самотня. Слоган доповнює зображення, лише прочитавши його стає зрозумілим як Мона Ліза змогла зустріти свого коханого.

У рекламних текстах використовуються наступні вербалльні засоби: (1) фонетичні, (2) графічні, (3) лексико-семантичні, (4) образні та (5) синтаксичні. Особливістю досліджуваного типу дискурсу є те, що вербальна складова

---

---

не чекало завтра, навіть якщо це смерть, ви завжди можете зайди на цей сайт та гарно провести свій час граючи, виграючи та спілкуючись з іншими людьми, тобто для весілля завжди знайдеться час.

2. До лексико-семантичних засобів належать використання багатозначності слів, модифікаторів, лексичних одиниць на позначення галузі знання мистецтва. Розглянемо наступний приклад використання лексико-семантичного засобу. У рекламі ножів компанія Victorinox використала картину Едварда Мунка “Крик” (див. рис. 3).



Рис. 3. Реконтекстualізація картини Едварда Мунка “Крик” у рекламі ножів Victorinox

та прийняла образ героя відомої картини Е. Мунка. Слоган змінює значення витвору мистецтва: усім відома картина, яка передає страх та відчай, набуває комічного значення, тому що тепер герой наляканий не глибокими проблемами свого життя та навколошнього світу, а гострим ножем. Завдяки комічній ситуації, яка склалась внаслідок реконтекстualізації витвору мистецтва, реклама наочно демонструє наскільки гострими є ножі Victorinox.

3. До складу образних засобів входять метафора, уособлення, епітети, порівняння, антоніми, іронія, гіпербола, літота та інші. Звернемось до реклами принтеру Epson, що є апрапріацією картини Леонардо да Вінчі “Мона Ліза” (див. рис. 4) та представила картину Мони Лізи у вигляді фотографії, яка вийшла в результаті її друкування на принтері.

Проте цей процес настільки швидкий, що обличчя Мони Лізи змінилось: волосся

Слоган реклами *Noticeably sharper* (Помітно гостріші) складається лише з прислівника та прикметника у вищому ступені порівняння. Модифікатором, тобто словом, що підсилює значення, у даному салогані є *noticeably* (помітніше), яке підкреслює якість рекламиованого товару, тобто його гострість. На зображені представлена обробна дошка, на якій лежить ніж. Нові ножі цієї компанії стали такими гострими, що навіть дошка злякалась



The ultra-fast printing by EPSON.  
EPSON

Рис. 4. Реконтекстualізація картини Леонардо да Вінчі “Мона Ліза” у рекламі принтеру Epson

---

---

віднесено назад, що розширені, начебто вона протистояла вітру. Гіперболізація, використана у слогані *The ultra-fast printing by Epson* (Надшвидке друкування від Epson) фокусує увагу на найважливішій функції даного принтеру. Між слоганом та зображенням виникає антитеза, через те, що сама картина “Мона Ліза” відома тим, наскільки довго автор її малював, скільки часу від витратив на деталі картини. При цьому слоган вказує на те, що створити витвір мистецтва можна дуже швидко. Дано реклама вказує на те, що якщо самому Леонардо да Вінчі знадобилось декілька років для створення такого шедевру, принтеру Epson не потрібно навіть і хвилини.

4. До синтаксичних засобів відносяться еліпсис, парцеляція, риторичні питання. Так, у реклами жувальної гумки Orbit (див. рис. 5) використовується еліпсис – навмисне опущення головних членів речення – у слогані *After any meal* (Після кожного прийому їжі), а логотип завершує слоган, надаючи відповідь саме на питання, що треба вживати після будь-якого/кожного разу, як ви поїсте – Orbit.



Рис. 5. Реконтекстуалізація картини Джузеппе Арчімбольдо “Осінь” у реклами жувальної гумки Orbit

наслоду та розваги, повну безпеку або інше ідеальне життя. Так, рекламою миючого засобу Sunlight (див. рис. 6) привласнюється стиль Роя Ліхтенштейна, який малював використовуючи растр (точкова структура графічного зображення), стиль, який відноситься до напрямку поп арт.

У рекламі представлена картина Джузеппе Арчімбольдо “Осінь”: це зображення чоловіка, чиє обличчя та він сам складаються з різних овочів та фруктів. В оригінальній картині нічого не змінено, проте побачивши логотип рекламиованого товару та слоган, стає зрозумілим вдале використання саме цієї картини: за допомогою неї автор намагався сказати, що люди є тим що вони їдять, і реклама жувальної гумки використовує цю ідею, вказуючи на те, що не треба забувати і про здорові зуби.

Стратегією, тобто способом впливу реклами на споживача, є обіцяння досягнення певних ідеалів, тобто отримання чогось бездоганного та неперевершного. Реклама обіцяє вічне здоров'я та красу, досконалість рекламиованого продукту,



Рис. 6. Реконтекстуалізація стилю поп арт у рекламі миючого засобу Sunlight

Слоганом реклами є *Nothing gets dishes more spotless* (Нічого не очищує посуд краще). На зображені жінка, що з жахом тримає у руці бокал покритий цятками. У мовній хмарі бачимо її думки, а саме *Spots! And Dave's boss is coming for dinner! How will I cope?* (Плями! А босс Дейва прийде на вечерю! Як мені з цим впоратись?). Реклама обіцяє, що будь-який бруд можна вивести новим миючим засобом та ви отримаєте досконалій результат, використовуючи Sunlight. При цьому дана реклама ставить питання та надає відповідь та рішення проблеми (*Spots? – Sunlight*).

Таким чином, об'єктами мистецтва, які використовуються авторами рекламних

текстів є витвір мистецтва, стиль певного художника, персонажі літературних творів, сам автор та його витвір мистецтва, а також деталі відомого шедевру. У створенні слогану задіяна низка вербальних засобів: фонетичних, графічних, лексико-семантических, образних та синтаксических, які взаємодіють із візуальним образом реклами та змінюють смисл об'єкта мистецтва. Головною метою рекламодавців є вплив на споживача через обіцяння можливості досягнення ідеалів, таких як здоров'я та краса, досконалість рекламиованого продукту, насолода та розваги, безпека та інше ідеальне життя. Перспектива даного дослідження полягає у вивченні процесу реконтекстуалізації в інших типах дискурсу.

#### Література

1. Сонин А.Г. Общепсихологические и когнитивные механизмы понимания мультимедийных текстов / А.Г. Сонин // Вопросы психолингвистики. – 2003. – № 1. – С. 43–56.
2. Bernstein B. Pedagogy, Symbolic Control and Identity : Theory, Research, Critique, Revised Edition / B. Bernstein. – Lanham, MD : Rowman & Littlefield, 2000. – 140 p.
3. Dinu L. On the Dynamics of Art Appropriation in Magazine Advertisements : Unpublished master's thesis / L. Dinu. – The University of Louisiana at Lafayette, 2000. – 65 p.

## ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ У ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі англомовних ігрових кінотворів)

Єлагіна М.Е. (Харків)

Науковий керівник:

канд. філол. наук, доц. Пшеничних А.М.

У статті визначається поняття вербалної агресії, виокремлюються її види та засоби висловлення у діалогічному дискурсі. Розглядається невербална складова агресії, а також описуються кінематографічні прийоми реалізації агресії в ігровому кінотворі.

**Ключові слова:** агресія, вербална агресія, відкрита агресія, діалогічний дискурс, ігрове кіно, прихованана агресія.

**Елагіна М. Э. Вербальная агрессия в диалогическом дискурсе (на материале англомовных игровых кинотворов).** В статье определяется понятие вербальной агрессии, выделяются её виды и способы выражения в диалогическом дискурсе. Рассматривается невербальная составляющая вербальной агрессии, а также описываются кинематографические приемы реализации агрессии в кинопроизведениях.

**Ключевые слова:** агрессия, вербальная агрессия, диалогический дискурс, игровое кино, открытая агрессия, скрытая агрессия.

**Ielaghina M. E. Verbal Aggression in Dialogical Discourse (as presented in English live-action films).** In the article the concept of the verbal aggression is determined, its types and means of expression in the dialogical discourse are singled out. The non-verbal component of the verbal aggression, as well as the cinematographic means of its realization in a live-action film are examined.

**Key words:** aggression, dialogical discourse, hidden aggression, live-action film, open aggression, verbal aggression.

У статті викладено результати аналізу вербалної агресії у діалогічному дискурсі персонажів ігрового кінотвору. Актуальність даного дослідження обумовлюється інтересом сучасної лінгвістики до використання мови конкретними індивідами у комунікативній ситуації, а також інтересом до дослідження гетерогенних текстів, таких як кінотвір. Предметом дослідження є вербална агресія у діалогічному мовленні, а об'єктом – вербалні, невербалні та кінематографічні засоби її втілення у діалозі персонажів кіно. Новизна даного дослідження полягає у тому, що вербална агресія досліджується з міждисциплінарних позицій із зачлененням даних як лінгвістики, так і семіотики кіно. Мета даної роботи полягає у виокремленні

---

---

видів та мовних засобів реалізації вербальної агресії в діалогічному дискурсі, проаналізувати її невербальну та кінематографічну складову.

Існує багато розбіжностей щодо визначення агресії, але більшість науковців схильні до визначення, яке охоплює як категорію наміру, так і актуальне заподіяння образи чи шкоди. Іншими словами, **агресія** – це будь-яка форма поведінки, що націлена на образу чи заподіяння шкоди іншому живому створінню, що не бажає подібного поводження. При цьому нанесення тілесних ушкоджень не є обов'язковим при виказуванні агресії: вона має місце, коли результатом дій є будь-які негативні наслідки. Okрім образів дію, такі прояви як публічне висміювання, очорнення, та навіть відмова у любові та ніжності при певних обставинах можуть бути названі агресивними [2, с. 12].

В даній статті розглядається саме вербальна агресія, що її застосовують персонажі кінотвору у діалозі. Найпоширенішим визначенням *вербальної агресії* є наступне: спосіб навмисного верbalного впливу на прямого чи непрямого адресата з метою його дискредитації, образи (приниження честі та гідності). Такі ситуації, коли одна людина сказала іншій образливе слово, проте мала за мету пожартувати, не можуть бути віднесені до висловлення агресії, бо немає наміру принизити або образити співрозмовника [2, с. 103].

Вербальна агресія класифікується за формами її прояву, коли для кожного її виду притаманні певні мовні засоби реалізації. Вербальна агресія може бути поділена на відкриту та приховану. **Відкрита вербальна агресія** є комунікативною поведінкою, явною метою якої є нанести комунікативну шкоду адресату. У ході дослідження було виокремлено наступні мовні засоби відкритої вербальної агресії:

- створення образності (метафори, епітети, гіперболи, порівняння тощо);
- використання розмовної лексики (інвективів, жаргонізмів, дисфемізмів);
- створення каламбурів;
- використання мовних одиниць на позначення погрози та прокляття.

Використання метафор є ефективним засобом відкритої агресії. Традиційно метафорою називається слово або вираз, що вживається в переносному значенні, в основі якого знаходиться неназване порівняння предмета з яким-небудь іншим на підставі їх загальної ознаки, наприклад:

(1) *DICKY SPECK: Who's that stumbling around in the dark? State your business, or prepare to get winged!*

*THE RIDER: Calm yourselves gentlemen, I mean you no harm. I'm simply a fellow weary traveler* (*Django Unchained*, 4.18-4.35).

У цьому прикладі роботорговець Дікі Спек висловлює погрозу по відношенню до незнайомої людини, що просто йде назустріч. Дікі

---

---

використовує метафору *to get winged*, яку можна інтерпретувати таким чином: готуйся отримати крила (стати янголом) та злетіти на небо, тобто померти.

Ще одним засобом відкритої вербальної агресії є використання неформатних лексичних одиниць, тобто слів та виразів, що відносяться до розмовного стилю. Наприклад, використання дисфемізмів, прийому, який полягає у вживанні замість емоційно і стилістично нейтрального слова чи виразу більш грубого, вульгарного [3, с. 209]:

(2) *SALOON KEEPER: Whoa! What the hell you think you doin' boy, get that nigger outta here* (*Django Unchained*, 13.43-13.49).

У прикладі (2) слово *nigger* (нігер) використане замість толерантного стилістично нейтрального слова *black man* (темношкіра людина) з метою продемонструвати співрозмовникам свою зневагу та агресивність.

Погроза – обіцянка нанести шкоду будь-якій людині або її залякування [6, с. 105] – невід’ємно пов’язана з відкритою агресивною поведінкою і дуже чітко демонструє наявність агресії у мовця:

(3) *MR. WHITE: Joe, if you kill that man, you die next. Repeat, if you kill that man, you die next!* (*Reservoir dogs*, 91.48-91.54)

У прикладі (3) містер Уайт погрожує Джо (голові злочинної організації), запевняючи його, що неодмінно вистрелить, якщо Джо вб’є їх товариша по справі. Для цього Уайт використовує слова на позначення погрози *you die next* (ти помреш наступним). Для посилення погрози мовець повторює цю фразу декілька разів.

Під прихованою вербальною агресією розуміють систематичний та принизливий тиск на адресата, проте без відкритих проявів ворожих емоцій. Незважаючи на те, що засобів відкритого висловлення агресивності дуже багато, як правило, вони не заохочуються суспільством. Тому існують багато прийомів які надають можливість висловити своє агресивне ставлення до адресата непрямим шляхом, наприклад: використання питань, ціль яких дорікнути чи зачепити адресата; використання імперативів, що зовнішньо виглядають як наказ щось зробити, але їх мета – погроза; використання сарказму та насмішки з метою образі; посилання на третю особу, гіпотетичного співрозмовника, який міг би щось сказати або зробити;

Перший прийом, а саме використання питань, ілюструє приклад (4):  
(4) *CALVIN CANDIE: I've heard tell about you. I heard you're a real bright boy. I'm curious, what makes you such a mandingo expert?*  
*DJANGO: I'm curious, what makes you so curious?*

(*Django Unchained*, 68.01-68.16)

В цьому прикладі Келвін Кенді, багатий роботорговець, що цікавиться рабами для боїв без правил (*mandoing*o), хоче продемонструвати неповагу

---

---

до темношкірого Джанго, який теж представився работторговцем. Він задає Джанго питання з метою підчипити його та поставити у незручну ситуацію, проте Джанго задає йому питання у відповідь, яке обурює Кенді та застає його зненацька: ніхто ще не насмілювався так нахабно балакати із ним.

Різноманітні насмішки часто використовуються у разі прихованої агресії, найтиповішим у цьому випадку є сарказм – зла та уїдлива насмішка в основі якої знаходитьсь гострий дошкульний глум, сповнений презирства [4, с. 190]. Наступний приклад демонструє вживання цього прийому:

(5) *VINCENT: We have approximately four to seven, heavily armed men holding an unspecified number of customers and employees hostage.*  
*CONNERS: You're just a wealth of knowledge, aren't you?*

(CHAOS, 15.01 – 15.10)

В прикладі вище детектив Коннерс промовляє саркастичне зауваження, що стосується іншого поліцейського, який є “джерелом знань” у переносному сенсі. Детектив тим самим виказує свою неповагу та агресивну налаштованість до співрозмовника.

Вербальна агресивна поведінка точиться та доповнюється за допомогою невербальних компонентів [5, с. 205]. Для вербалної агресії найбільш характерними є **просодичні невербальні засоби**: коли людина підвищує голос, це доволі часто свідчить про її агресивну налаштованість. Наголос на певному слові може виказати агресію до співрозмовника, якщо це слово негативного характеру. Щодо **кінесичних засобів**, то найтиповішими у ситуації висловлення агресії є такі: насуплений вираз обличчя, зсунуті брови; невідривний погляд; різноманітні жести, що імітують тримання зброї; пози із схрещеними руками, зжаті кулаки. Відстань між мовцями (**проксемічні засоби**) дуже чітко демонструє, наскільки агресивно вони налаштовані. Агресор намагатиметься підійти як можна ближче до свого співрозмовника, щоб перетнути його зону комфорту та змусити нервувати.

Агресію можна спостерігати не лише у реальному житті. Кажуть, що на кожний час телетрансляції приходить у середньому по 9 актів фізичної та 8 актів вербалної агресії. У кіно прояви агресії та їх зображення продумані до найменших деталей – від вербалних засобів до зовнішнього середовища. Для кращого зображення агресії використовують різноманітний реквізит, план та ракурс зйомки, обирають певне колористичне рішення.

Першою особливістю реалізації вербалної агресії у кінотворі є вибір реквізиту. **Реквізит** – це сукупність предметів (справжніх або бутафорських), необхідних за сюжетом для створення образного середовища у фільмі. Найяскравішим засобом вираження агресії через

---

---

реквізит, є підкріплення слів, що виражають агресію піднятою зброєю (пістолет, рушниця, сокира тощо). Також може використовуватися мотузка (якщо необхідно когось зв'язати), скотч (якщо треба заклеїти рота), різноманітні меблі (які людина може зламати щоб додатково виразити свій агресивний стан) [1, с. 30].

Наступною особливістю є вибір плану. **План** – це відносний масштаб зображення в кадрі. Плани розрізняються за крупністю. Для вираження агресії може використовуватись загальний, середній, середній крупний або крупний план [1, с. 23].

Важливим елементом є **ракурс** зйомки – це кут погляду камери на об'єкт зйомки. Для зображення агресії використовують високий або низький ракурс. При використанні високого ракурсу створюється ефект приниження об'єкту. Коли використовується низький ракурс, то створюється ефект перебільшення, “монументалізації” об'єкта зйомки [1, с. 27].

Колористичне рішення фільму – це образотворче колірне побудування фільму. Колірне рішення костюмів, обстановки та реквізиту зумовлює і загальне колористичне рішення фільму. Для найкращого прояву агресії зазвичай обирають темні кольори, тусклі або темні відтінки, ситуація висловлення агресії переважно відбувається без сонячного світла, хоча існують і виключення, коли, навпаки, використовуються дуже світлі кольори, наприклад білий, і вони змушують нервувати, бо нагадують хірургічний кабінет [1, с. 29].

Розглянемо приклад, в якому використані вербалні, невербалні та кінематографічні прийоми реалізації агресії (див. Розгортку 1.1). Джанго їде на коні біля раба Родні, що йде пішкі підля нього. З високого ракурсу ми бачимо Родні, який з ненавистю дивиться на Джанго. За рахунок цього ракурсу ми гостріше відчуваємо приниження темношкірого раба та його агресивну налаштованість до всіх, хто його угнітає. Погляд, яким Родні нагороджує Джанго, є дуже яскравим свідченням агресії. А той факт, що Джанго не зупиняється та не спускається з коня для розмови, свідчить про його зневагу до співрозмовника, бо він дивиться на раба зверху-вниз. щодо вербалних засобів, то Джанго використовує досить двомісткові питання, щоб висловити агресію: *Gotta problem with your eyeball, boy? You want a boot heel in it?* (В тебе проблеми із очима, хлопче? Хочеш, щоб в них опинився підбір чобота?). Також використана лексика на позначення погрози, що є відкритим проявом агресії: *Flash that bad look at me again, I'll give ya reason not to like me!* (Подивись так на мене ще раз, і я дам тобі повод не любити мене!). Рабу залишається лише мовчки йти поряд.

### 1.1. Розгорта фрагменту розмовної сцени фільму “Джанго вільний” / “Django Unchained”

(2012 р., режисер К. Тарантіно / Q. Tarantino)

Діалог персонажів	Час фільму	Кінокадр	Вербальні засоби	Невербальні засоби	Кінематографічні засоби
Ситуативний контекст: Джанго, прикидаючись темношкірим работорговцем іде вверх серед людей плантаря Кенді. Один з рабів не може відвести гнівного погляду від Джанго, всім своїм видом демонструючи агресивну налаштованість.					
	76.00-76.01			Kінесичні: раб не відриває зого погляду від Джанго, ще верхи, проте раб все одно невер- бально виражав агресію; План крупний.	Раба знято з високо- го ракурсу; Джанго їде верхи, проте раб все одно невер- бально виражав агресію; План крупний.
DJANGO: <u>Gotta problem with your eyeball, boy?</u>	76.03-76.05		Використання питання.	Просодичні: акцент на слові <i>eyeball</i> з низького ракурсу; він випий (глазне яблуко); Проксемічні: Джанго возвиша-ється над рабом (він їде верхи).	Джанго зображенний з низького ракурсу; він випий (глазне яблуко); План середній (видно зброя на пожі).
RODNEY: <i>No sir.</i>	76.05-76.06			Просодичні: голос Родні наро- чито спокійний; Кінесичні: раб від- вергся голову, від- повідаючи на пита- ння;	Використовується високий ракурс; План крупний

DJANGO: <i>You want a <u>hool</u> heel in it?</i>	76.06-76.08	Використання питання, що більш схоже на погрозу: <i>хочені, щоб у тебе е ої спиннєся під-бір чобота?</i>	<u>Просодичні:</u> Джанго не підвищує голоса.	Джанго зображенний з <u>низького ракурсу</u> . <u>План середній.</u>
RODNEY: <i>No sir.</i>	76.08-76.10		<u>Просодичні:</u> перед тим, як відповісти, Родні робить паузу; <u>Кінесичні:</u> перед відповідлю Родні з ненавистю дивиться на Джанго; вираз його обличчя агресивний.	Родні зображені з <u>високого ракурсу</u> . <u>План середній.</u> проте раба зображені більше, ніж у попередніх планах (робиться акцент на його виразі обличчя).
DJANGO: <i>Then keep <u>ya</u> damn eyeballs off me! Flash that bad look at me again, I'll give <u>ya</u> reason not to like me!</i>	76.10-76.16		Використання імперативу; Використання лексики на позначення погрози	<u>Просодичні:</u> Джанго починає кричати; <u>Кінесичні:</u> вираз обличчя раба повний ненависті; <u>Проксемичні:</u> раб йде біля Джанго, так що той кричить йому майже на вухо.

---

---

Отже, у висновку можна зазначити, що вербальна агресія – це спосіб навмисного вербалного впливу з ціллю дискредитації, образи (приниження честі та гідності). Виокремлюються такі види вербалної агресії, як відкрита та прихована. Відкрита вербальна агресія проявляється у явному намірі нанести комунікативну шкоду адресату. Для її вираження існують різноманітні засоби, такі як: створення образності і каламбурів; використання розмовної лексики; використання лексики з метою вираження погроз та проклять. Прихована вербальна агресія – це тиск на адресата, проте без відкритих проявів ворожих емоцій. Існують багато прийомів завдяки яким є можливість приховати своє агресивне ставлення до адресата, наприклад: використання питань; використання імперативів; використання сарказму та насмішки; посилення на третю особу. Крім того, така вербальна агресивна поведінка характеризується невербальними складовими агресії: просодичною (крик, наголос на важливих за змістом словах); кінетичною (вирази обличчя, пози, жести, що імітують тримання зброї); проксемічною (відстань між мовцями). До кінематографічних засобів реалізації вербалної агресії належать план, ракурс, реквізит та колористичне рішення фільму. Перспектива роботи є дослідження когнітивних механізмів агресії та вивчення вербалної агресії на матеріалі інших медіа текстів (телебачення, Інтернет).

#### Література

1. Агафонова Н.А. Общая теория кино и основы анализа фильма / Н.А. Агафонова. – Минск : Тесей, 2008. – 389 с.
2. Бэрон Р. Агрессия / Р. Бэрон, Д. Ричардсон. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
3. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка / И.Р. Гальперин. – М. : Высш. школа, 1981. – 334 с.
4. Купина Н.А. Филологический анализ художественного текста: Практикум 2003 / Н.А. Купина, Н.А. Николина. – М. : Флинта, 2003. – 408 с.
5. Лабунская В.А. Невербальное поведение / В.А. Лабунская. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1985. – С. 205–216.
6. Лоренц К. Агрессия (так называемое зло) / К. Лоренц. – М. : Издательская группа “Прогресс”, “Универс”, 1994. – 272 с.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Chaos – *Chaos* [Electronic resource] / [Directed by T. Giglio] – Los Angeles, CA : Capitol Films, Lions Gate Entertainment Corporation, 2005. – 106 min.
2. Django Unchained – *Django Unchained* [Electronic resource] / [Directed by Q. Tarantino] – Los Angeles, CA : Columbia Pictures Industries, Inc., 2012. – 165 min.
3. Reservoir dogs – *Reservoir dogs* [Electronic resource] / [Directed by Q. Tarantino] – Los Angeles, CA : Live Entertainment, 1992. – 99 min.

## АНГЛОМОВНИЙ РОДИННИЙ ДІАЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС: МІЖКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ

Єременко О.М. (Харків)

Науковий керівник: докт. фіол. наук, проф. Солощук Л.В.

Стаття присвячена аналізу комунікації у родинах, члени яких є представниками різних культур. Розглянуто труднощі спілкування на фонологічному, граматичному, лексичному, когнітивному, невербальному рівнях.

**Ключові слова:** верbalний, діалогічний, дискурс, комунікація, міжкультурний, невербальний, родина.

**Еременко О.Н. Англоязычный семейный диалогический дискурс: межкультурные аспекты.** Статья посвящена анализу коммуникации в семьях, члены которых являются представителями разных культур. Изучены трудности общения на фонологическом, грамматическом, лексическом, когнитивном, невербальном уровнях.

**Ключевые слова:** вербальный, диалогический, дискурс, коммуникация, межкультурный, невербальный, семья.

**Ieremenko O.N. English-speaking Family Dialogic Discourse: Intercultural Communication.** This article is dedicated to the analysis of communications in the families where there are representatives of different cultures. The phonological, grammatical, lexical, cognitive, and non-verbal peculiarities of communication in such families are established.

**Key words:** communication, dialogic, discourse, family, intercultural, non-verbal, verbal.

Сьогодні, в умовах підвищеного інтересу до проблем міжнаціональної комунікації, особливої актуальності набувають дослідження та інтерпретація взаємодії вербалних та невербалних компонентів комунікації, яка характеризується певними стереотипами у кожному етнокультурному суспільстві. Актуальною стає проблема взаємодії мов, культур і особистостей в умовах світової інтеграції, бо саме з культури починається духовне спілкування людей, розуміння і співпраця народів, а діалог культур актуалізується саме спілкуванням особистостей.

Актуальність проведеного дослідження обумовлена широким поширенням міжкультурних шлюбів та необхідністю вивчення особливостей міжкультурного подружнього спілкування, а також факторів, які перешкоджають успішній комунікації. Спілкування подружжя у випадку міжнаціонального шлюбу ускладнюється насамперед тим, що обидва

---

---

партнери походять з різного культурного та лінгвістичного середовища. Як відомо, взаєморозуміння партнерів – це найважливіша складовою успішного шлюбу, але у випадку мультинаціонального подружжя виникає ряд лінгвістичних труднощів, які ведуть до комунікативних проблем як на вербальному, так і невербальному рівнях.

Об’єкт дослідження – вербальні та невербальні компоненти міжкультурної сімейної комунікації, яка є специфічним різновидом подружнього дискурсу.

В якості предмету дослідження виступають особливості функціонування та взаємодії вербальних та невербальних компонентів комунікації в подружньому мультинаціональному дискурсі.

Мета роботи полягає у дослідженні комунікативних особливостей мультинаціонального подружнього дискурсу, виявленні особливостей вживання вербальних та невербальних знаків, значення та функціонування яких національно або культурно обумовлено, оскільки культурні відмінності у процесі обміну інформацією можуть створювати значні перешкоди для взаєморозуміння та успішної комунікації подружжя.

У мультинаціональній сім’ї набуває певної значущості двомовність або багатомовність. Формування справжнього двокультурного індивіда можливе тільки тоді, коли людина народилася у двомовній сім’ї або коли людина у ранньому віці входить в іноземну культуру. У всьому світі кількість міжкультурних браків швидко росте, а отже, кількість двомовних людей призводить до розвитку виняткового покоління космополітів з бікультурною ідентичністю [1, 4, 5].

Але існує ряд труднощів та перешкод, які можуть виникнути у спілкуванні між членами міжкультурної сім’ї [2, 3]. У міжкультурній сім’ї часто використовується код змішання або код переключання, коли при спілкуванні змішуються дві або декілька мов. Це може виникати із-за низького рівня мовної компетенції та відсутності конкретних понять в іншій мові. Наведемо такий приклад:

*I bought a **venick** for the **banya** at the market...*

*If you have to choose between eating **holodets** and being run down by a trolley, seriously consider the trolley variant.*

*I used my medical **spravka** [3].*

За відсутністю еквівалентів у мовах, які є рідними для членів подружжя, виникають деякі труднощі у процесі спілкування. Це пояснюється наявністю національно-специфічних об’єктів і явищ в одній культурі, яких немає в іншій. Наприклад, в російській мові *квас*, *каша*, *щи*, *солянка*, *кефір*, *рубль*, *інтеллигенція*, *повесть*, або в англійській – *muffin*, *privacy*, *efficiency*, *mainstream*, *backsight*. Ще один приклад, де дружина – з Росії, а чоловік – з Америки:

---

---

*We've run out of smetana. Shall we go and get tvorog? I'll have some kompot [2].*

Таким чином, використання двох або більше мов у сім'ї може привести до проблем у комунікації. Проблеми можуть виникати на фонологічному рівні. Часто людина не може чітко розібрати або правильно вимовити іншомовне слово:

*Maria: What is it?*

*Harriet Miller: It's a bundt.*

*Maria: A bun?*

*Harriet Miller: A bundT.*

*Maria: A bondt?*

*Harriet Miller: BUNDT BUUNDT!! (repeating angrily)*

*Maria: I know, its a cake-y! I know! Thank you! Thank you very, very much.... [whispering to Aunt Freida] there's a hole in this cake (My big Greek wedding) [1].*

Непорозуміння можуть також вникнути на графічному рівні. Такі труднощі включають в себе використання екзотичного алфавіту, абревіатур, відмінність у структурі документа, особливості листування і т.д.

Одними із можливих труднощів є транслітерація імен та прізвищ. Наприклад, *Екатерина – Ekaterina or Yekaterina? Noir – Nyap, Ноэр or Ноир? Kersey – Керси or Kërcsi? Muskett – Mackett or Мускетт?*

У міжкультурній сім'ї непорозуміння можуть траплятися також через лінгвістичні труднощі на лексичному рівні – через невідповідність між семантичними структурами слів у різних мовах, існування омонімів та паронімів, полісемантичних слів, евфемізмів, слів, які не мають еквівалентів у інших мовах; на лінгвокогнітивному рівні – комунікативні проблеми з'являються у зв'язку з різницею у світогляді, категоризації та концептуалізації реальності, із-за відсутності еквівалентів тощо.

Успішність у сімейній комунікації часто залежить від стилю спілкування і тону. Ірина (росіянка), яка одружена з американцем пише:

*At the beginning of our family life I, as it later became evident to me, adopted a very typical Russian style of communicating with a spouse: somewhat casual, without due respect, without the magic words "thank you" and "please". I wrongly assumed that it was no longer necessary to show off, since everything was already in place. Of course, it hurt my husband's feelings. I am very grateful to him for pointing it out without humiliating me or making rows. I started noticing that it was the way normal families interacted – with love and respect – and started appreciating my American even more [2].*

Велике значення для спілкування мають невербальні компоненти комунікації [2]. Наприклад, такий контактний жест, як обійми, сприймається

---

---

у різних культурах у різний спосіб. Це ілюструє приклад із фільму «Мое велике грецьке весілля»:

*Gus Portokalos [to Ian's parents]: Hello! Welcome to my home. Over here is my brother, Ted, and his wife, Melissa, and their children, Anita, Diane and Nick. Over here, my brother Tommy, his wife Angie, and their children, Anita, Diane and Nick. And here, my brother George, his wife Freda, and their children, Anita, Diane and Nick. Taki, Sophie, Kari, Nick, Nick, Nick, Nick, Nick, uh, Nikki, and I am Gus. (Gus is hugging Ian's parents, who are very confused with this sudden gesture. All Tula's relatives are very touched by the scene).*

*Maria: Hello! I am Maria Portokalos and welcome to our home!*

*(Maria is meeting Ian's parents with a welcome gesture stretching her hands to them and than putting them on her breast showing this way how truly she is glad to see them and greeting them with all her heart) [1].*

У процесі міжкультурної сімейної комунікації невербалні засоби спілкування підсилюють значення висловлювань, надають їм додатковий смисл та навантаження, уможливлюють краще розуміння вербальних компонентів. Але в той же час, через міжкультурні розбіжності вербальне висловлювання, що супроводжувається невербалними компонентами, може бути невірно інтерпретоване та привести до непорозумінь під час комунікації у мультинаціональній родині.

Дослідження мультинаціонального сімейного дискурсу є перспективним напрямом у сучасній лінгвістиці, адже збільшення кількості родин, де партнери є представниками різних лінгвокультур, веде до необхідності системного аналізу труднощів спілкування на вербальному та невербальному рівнях з метою їх запобігання.

#### Література

- Бондаренко Е.В. Межкультурная семейная коммуникация как особый тип общения : дис. доктора филол. наук: 10.02.19 / Бондаренко Екатерина Владимировна. – Волгоград, 2010. – 191 с. 2. Котов М.В. Адаптивные стратегии поликультурной дискурсивной особистости в англомовному коммуникативному пространстве : автореф. дис. на заслуженія наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / М.В. Котов. – Харків, 2014. – 22 с. 3. Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию / О.А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2007. – 368 с. 4. Шаховский В.И. Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность / В.И. Шаховский. – Волгоград : ВолгГРПУ, 1990. – 167 с. 5. Porter R.E. Intercultural Communication: A Reader / R.E. Porter, E.R. McDaniel, L.A. Samovar. – New York : Wadsworth Publishing Company, 2003. – 448 p.

---

---

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

1. My Big Fat Greek Wedding. – Screenplay by Nia Vardalos. [Електронний ресурс]. – <http://www.imdb.com/title/tt0259446/quotes>
2. Professionals for Cooperation. – Issue 1. – Moscow : Yanus-K, 1974.
3. Red Tape. Peace Corps. Western Russia. Summer, 2001.

УДК 811.133.1'373

**МОВНА ГРА У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ  
(на матеріалі Твору Жана Тардье «Un mot pour un autre»)**

**Жигалко О.О. (Харків)**

**Науковий керівник: ст. викл. Рассказова О.О.**

Стаття присвячена дослідженняю мовної гри у п'єсі Жана Тардье «Un mot pour un autre». Проаналізовані основні принципи створення даної гри слів та її стилістичне використання.

**Ключові слова:** комічний елемент, метафора, мовна гра, театр абсурду, «театр слова».

**Жигалко Е.О. Игра слов в современном французском языке (на материале произведения Жана Тардье «Un mot pour un autre»).** Статья посвящена исследованию игры слов в пьесе Жана Тардье «Un mot pour un autre». Проанализированы основные принципы создания данной игры слов и её стилистическое употребление.

**Ключевые слова:** комический элемент, метафора, игра слов, театр абсурда, «театр слова».

**Zhyhalko O.O. Word-play in modern French (as exemplified in the play «Un mot pour un autre» by Jean Tardieu).** The article deals with the study of the word-play in the play «Un mot pour un autre» by Jean Tardieu. Basic principles of its creation and of its stylistic usage were analyzed.

**Keywords:** comic element, metaphor, theatre of absurd, “theatre of the word”, word-play.

**Актуальність** даної теми зумовлена тим, що такий метод збагачення мови як мовна гра є дуже продуктивним у наш час. Незважаючи на те, що цей прийом використовувався з давніх-давен, він все ще залишається вкрай плідним та не перестає розвиватися.

**Новизна** дослідженії теми полягає у недостатньому на сьогоднішній день вивченні твору Жана Тардье «Un mot pour un autre», яка є дуже цікавим прикладом того, наскільки різноманітною може бути гра слів у французькій мові.

---

---

Об'єктом дослідження є мовна гра у сучасній французькій мові.

Предметом дослідження є унікальний вид мовної гри, створений Жаном Тардье у п'есі «*Un mot pour un autre*».

Мета роботи – дослідити використання мовної гри у творі Жана Тардье «*Un mot pour un autre*», проаналізувати принципи створення та стилістичне використання даної гри слів.

Термін «мовна гра» став одним з найпопулярніших термінів у мовознавстві кінця ХХ століття – початку ХХІ століття. Сьогодні простежується тенденція щодо розповсюдження мовної гри у французькій мовній діяльності. Про це засвідчують очевидні мовні факти і зростаюча увага до них дослідників. Треба зазначити, що феномен мовної гри пояснюють прагненням до експресії мовлення. Разом із цим мовна гра зводиться не тільки до стилістичного прийому, але і до вияву прихованих потенційних словотвірних можливостей, для яких принцип відхилення від норми вирізняє лексичну динаміку сучасної французької мови.

Мовна гра – це невід'ємна частина французького життя, вона знаходить своє відображення в повсякденній усній діяльності людей, в літературі, пресі, на телебаченні та, звісно, у театрі, де вона розкривається найяскравіше.

Одним із понять, що активно використовується в наш час французькими теоретиками театру, є концепт «театру слова». Під цим терміном об'єднуються п'еси, у яких слова використовуються не за своїм прямим призначенням, а у яких, висловлюючись мовою театру, грає сама мова, де котиться «вистава слів» (*exhibition des mots*). «У такому театрі слово прагне стати усім, іноді це доходить до того, що воно витісняє драматургію» [2. с. 48]. Творами, які зіткні з гри мовних конструкцій, є п'еси таких драматургів-сюрреалістів як Ролан Дюбійяр та Жан Тардье. Нашу увагу привернув саме Жан Тардье, французький поет, письменник та драматург ХХ сторіччя, який, створюючи п'еси, наче меломан, приділяв увагу саме музіці слів. Жан Тардье – це життерадісний театр абсурду, який переплітає у собі риси творів Е. Іонеско, Р. Кено та Ж. Превера. У той час, коли інші письменники надають перевагу грі безпосередньо слів, Тардье грає з їх відсутністю, або ж, створюючи словесну плутанину, винаходить унікальну гру слів та заміняє одні слова іншими, як, наприклад, у творі «*Un mot pour un autre*», який є предметом нашого дослідження.

«Дивна епідемія обрушується на міських жителів, попереджає нас Тардье. Бідні люди, яких спіткала ця халепа, починають плутати слова та замінити одні іншими, наче хтось перемішав їх у мішку.» Найдивовижнішим є те, що «хворі» не помічають цієї зміни та залишаються у ясній свідомості. Систематично замінюючи одні слова іншими, які не мають нічого спільногоміж собою, люди все ж таки добре розуміють один одного. Дано гра слів, побудована на заміні одних слів іншими, є основним

---

---

комічним елементом п'єси. З першого погляду ця гра слів є досить важкою для сприйняття як для глядача, так і читача п'єси, але згодом, навіть без розуміння того, що означає та чи інша заміна, через жести, авторські зауваження та атмосферу стає зрозумілим загальний зміст.

У першу чергу треба відмітити, що автор замінює слова, спираючись не на випадковий вибір, а відштовхуючись від встановленого ним принципу, який включає кілька аспектів:

а) граматичний чинник – автор дотримується правил синтаксису, речення зберігають свою граматичну структуру, також деякі частини мови залишаються морфологічно незмінними;

б) лексичний чинник – Тардье використовує одні слова замість інших, знаходячи їх в існуючому вокабулярі французької мови, а не вигадуючи свої неіснуючі слова. Діеслова «être» та «avoir», а також займенники, сполучники та деякі прислівники залишаються незмінними, однак замінюються іменники, прикметники та діеслова;

в) фонетичний чинник – нові слова мають бути співзвучними тим, які вони замінюють;

г) стилістичний чинник, який має на увазі вживання комічної чи недоречної відповідності.

Стосовно заміни слів за принципом співзвуччя, слід зазначити, що Тардье намагається підібрати такі слова, які є достатньо близькими за звучанням та кількістю складів зі словами, що заміняються, для того, щоб зміст повідомлення залишався зрозумілим. Наприклад, фраза «*Quelle bonne surprise!*» перетворюється у автора на «*Quelle bonne tulipe!*». Також простежимо вживання заміни слів згідно із цим принципом на наступних прикладах:

*Je bredouillais dans les garages après ma séance au sleeping.*

bredouiller: vadrouiller (ходити без діла, ошиватися)

garages: parages (місцевість);

*Eh! Vous avez le pot pour frire!*

avoir le pot pour frire: avoir le mot pour rire (бути дотепним);

*Pauvre chère! Et moi qui ne me grattais de rien!*

gratter: douter (підозрювати);

*Le comte me doit des lions d'or... pas plus lard que demain.*

lions d'or: louis d'or (луїдори)

lard: tard (не пізніше);

*Laissez-moi saoule! Laissez-moi filer ce dormant.*

saoule: seule (на самоті)

filer ce dormant: finir ce roman (доцитати роман).

Метою нових для ситуації слів, що заміняють старі за принципом комічної відповідності, є надання гумористичного чи іронічного відтінку

---

---

тому чи іншому концепту. У цьому принципі заміни співзвуччя слів неважливе, головне – це вміння проявити винахідливі здібності та здогадатися§ що має на увазі автор за контекстом. Наприклад, у реченні «*Je bredouillais dans les garages après ma séance au sleeping*» під словом *sleeping* (спальний вагон, місце для сну) мається на увазі адміністративна рада (*conseil d'administration*), членом якої є Граф, наречений Мадам. Ми бачимо, що поняття «адміністративна рада» було замінено словом *sleeping*, підкреслюючи нудьгу, яка асоціюється із нею.

Описуючи вітальню Мадам, Тардье використовує наступні вирази:

*Un charmant tortillon – où on se tortille avec élégance;*

*Un modeste miroton – un modeste salon.*

Розглянемо ще кілька прикладів, де комбінуються різноманітні засоби доцільності-недоцільності, співзвуччя та стилістичні тропи, зокрема метафори:

*Chère, très chère peluche!*

*peluche*: amie (близька подруга, за подібністю з плюшевою дитячою іграшкою) – метафора.

*Mes trois plus jeunes tourteaux ont eu la citronnade l'un après l'autre.*

*tourteau*: enfant (дітлахи) – метафора;

*citronnade*: grippe (асоціація із ліками, на основі вітаміну С, який приймають під час застуди) – метонімія.

*Cher comte! (désignant son haut-de-forme), posez donc votre candidature!*

*candidature*: chapeau (підкреслюючи соціальне положення Графа) – метафора;

*haut-de-forme*: chapeau haut-de-forme – субстантивований прикметник.

Слід зазначити, що сповідуючи принципи театру абсурду, Жан Тардье винаходить дану гру слів з метою підкреслення абсурдності самої мови та малозначущість інформації, якою щоденно обмінюються люди. «Ми часто говоримо один з одним нічого не кажучи, а якщо ж нам дійсно є, що сказати, ми можемо це зробити за допомогою тисячі різних способів. І тому так звані навіжені вважаються з'їхавшими з глузду лише тому, що вони розмовляють на іншій, незрозумілій для нас мові. У людських відносинах дуже часто рухи, інтонації та міміка розкривають більш глибокий зміст, ніж слова. Словя ж означають лише те, що ми хочемо щоб вони означали» [4, с. 3].

Отже, у ході дослідження твору Жана Тардье ми зробили висновок, що гра слів, використана у даному творі, є унікальним явищем, вигадкою самого автора. Вона відображає малозначущість мови як такої, де суть ситуації домінує над висловлюванням. Також, нами були досліджені, класифіковані та проілюстровані на прикладах із твору принципи, за якими створюється дана гра слів.

---

---

Перспектива дослідження полягає у подальшому розгляді творів даного автора, більша частина з яких побудовані на різноманітних видах мовної гри. Також, дана мовна гра може бути використаною як один із методичний прийомів при вивченні іноземної мови.

#### Література

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М. : Советская энциклопедия, 1969. – 400 с. 2. Дубровина С.Н. Театр слова / С.Н. Дубровина // Литература XX века: итоги и перспективы изучения ; под ред. Н.Н. Андреевой, Н.А. Литвиненко и Н.Т. Пахсарьян. – М. : Наука, 2007. – С. 258–269 с. 3. Berton J.-C. Téléphérique / J.-C. Berton. – Paris : Bordas, 1986. – 70 p. 4. Lordat J. Analyse de la parole / J. Lordat. – Paris : Litterature, 1996. – 240 с. 5. Tardieu J. Un mot pour un autre / J. Tardieu. – Paris : Gallimard, 1992. – 89 с.

УДК 811.111'373.7

### **ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНЕРУ В СУЧASNІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ**

**Зінченко О.І. (Харків)**

**Науковий керівник:**

**канд. філол. наук, ст. викл. Кукушкін В.В.**

У статті розглядаються структурна і семантична характеристики відображення гендеру в сучасній англійській мові.

**Ключові слова:** фразеологічний зворот, соціальний план, андроцентричність мови, тематичний індикатор, структурно-семантична модель.

**Зинченко Е.И. Особенности отображения гендера в современной английской фразеологии.** В статье рассматриваются структурная и семантическая характеристики гендера в современной английской фразеологии.

**Ключевые слова:** фразеологический оборот, социальный план, андроцентричность языка, тематический индикатор, структурно-семантическая модель.

**Zinchenko O.I. Spesial features of representation of gender in modern English phraseology.** The article deals with structural and semantic characteristics of representation of gender in modern English phraseology.

**Keywords:** set phrase, social plan, language androcentrism, subject indicator, structural-semantic model.

---

---

На сьогодні гендерні дослідження відіграють значну роль у різних напрямках гуманітарних наук. Вивчення ролі статі у розвитку культури, їх символічного та семіотичного вираження у філософії, історії, мові, літературі та мистецтві допомагає побачити нові аспекти розвитку соціуму, глибше проникнути у сутність процесів, що відбуваються.

Актуальність даної роботи полягає у вивченні фразеологічного фонду мови. Об'єктом дослідження є особливості репрезентації гендеру у фразеологічних одиницях. Предметом роботи стали фразеологічні одиниці, отримані методом суцільної вибірки, завдяки яким представляється можливим прослідкувати певні тенденції в сприйнятті чоловіків та жінок англійською мовою спільнотою.

За останні роки багато лінгвістів дійшли переконання, що фразеологія входить до складу лексикології головним чином із тієї причини, що фразеологізми розглядаються як еквіваленти слів, а лексикологія – як лінгвістична дисципліна, що вивчає слова і їх еквіваленти.

На думку А.В. Куніна, основне завдання, яке стоїть перед фразеологією – пізнання фразеологічної системи мови в її сьогоденні та історії, в її зв’язках та взаємовідносинах із лексикою та словотворенням, з одного боку, і граматикою – з іншого [3].

У сучасній англійській мові виділяють два структурно-семантичні типи фразеологічних одиниць: одновершинні (мають один семантично-повнозначний елемент), двувершинні й багатовершинні (мають не менш двох повнозначних компонентів). Ці структурно-семантичні типи у свою чергу поділяються на певні підтипи. Згідно семантичній класифікації В.В. Віноградва, основні поняття формулюються на основі значеннєвого аналізу значення цілого у фразеологічній одиниці у відношенні до значень слів-компонентів [1].

У контексті гендерного підходу до вивчення структури та семантики фразеологічних одиниць слід розрізняти поняття гендер (*gender* – соціальна статі) та «статі» (*sex* – біологічна статі) [4; 6]. Слід підкреслити, що в основі гендерних досліджень в лінгвістиці лежить принцип культурної обумовленості статі. Цей факт став причиною виникнення самого поняття гендер, що визначається як сукупність норм поведінки (в тому числі й мовленнєвої), котрі зазвичай асоціюються з особами чоловічого та жіночого роду у даному суспільстві [4].

Гендерна парадигма дозволяє дослідити більш широке коло питань та по-новому поглянути на відомий феномен статі. Якщо категорія статі значуча для аналізу семантики ряду лексичних одиниць, де статі є компонентом значення, то гендерні дослідження у мовознавстві охоплюють більш широке коло питань, розглядаючи конструювання чоловічої та жіночої ідентичності як один із параметрів мовленнєвої

---

---

особистості. У цьому випадку гендер розуміється як конвенціональна суть, у чому і полягає його основна відмінність від статі як біологічної категорії.

Гендер відображає результати та особливості соціалізації індивіда в аспекті культурно обумовленої моделі мужності та жіночності; тендер є більш широким поняттям, ніж біологічна стать, та його опис стає можливим способом вивчення не тільки структур мовних одиниць.

Особливу роль в цій трансляції культурно-національної самосвідомості народу та його ідентифікації як такої відіграє фразеологічний склад мови, оскілки в образному змісті її одиниць втілено культурно-національне світосприйняття. Більше того, фразеологізми самі отримують роль стереотипів культури, оскільки у мові закріплюються та перетворюються на фразеологізми саме ті образі вираження, які асоціюються з культурно-національними еталонами, стереотипами, які відтворюють національний менталітет.

Для аналізу фразеологічних одиниць застосовується метод тематичного індикатора, під яким розуміємо лексично домінуючий компонент у складі фразеологізму, що вказує на належність даної одиниці даному тематичному полю та володіє широким фразоутворюючим потенціалом. Тематичні індикатори виконують диференціючу функцію та є тематичними образними стережнями фразео-тематичних груп.

У якості приклада можна навести наступні гендерно забарвлені фразеологізми, тематичним індикаторами для яких є:

1) Диференціація за біологічною ознакою: *man-woman, boy-girl*:

а) Гендерно-забарвлені фразеологізми з компонентом, що характеризуються за наступними ознаками:

- *a space man* «позаштатний журналіст»
- *mice and men* «все живе»
- *man and boy* «з юних років»
- *a man of mould* «простій смертний»
- *iron man* «долар»
- *the inner man* «душа»
- *I'm your man* «Я у вашому розпорядженні»
- *as one man* «одностайно»
- *play the woman* «бути бабою»
- *old woman* «боязка або метушлива людина»
- *a Teddy girl* «стиляга»
- *the man at the wheel* «керівник»
- *a man of his word* «людина слова»

У більшості випадків, ФО з компонентом *man* описують поняття, які можуть бути застосовані до обох статей, тобто ФО застосовуються для позначення якихось загальних понять. *Man* використовується для

---

---

позначення людини в цілому і містить в собі позитивне або нейтральне значення (*mice and men; a man and boy*). ФО з компонентом *woman* в більшості випадків, мають негативну конотацію і позначають які-небудь недоліки людини (*old woman*).

б) «сімейно-споріднені зв’язки»:

- *a daughter of the horse leech* «шантажистка»
- *the scavenger’s daughter* «лещата»
- *mother’s mark* «рідна пляма»
- *if mother could see us now* «з біса весело»
- *like mother makes* «в своєму смаку»
- *mother Bunch* «ворожка»
- *the daughter of Eve* «жінка»
- *a son of Mars* «військовий»
- *a son of toil* «труженик»

На відміну від попередньої групи, де лідеруюче положення належить ФО з компонентом *man*, в групі ФО, що описують сімейно-споріднені відносини, переважають ФО з компонентом *mother*. Бути дружиною, господинею і матір’ю вважається природним призначенням жінки, тому ФО, що описують її – не містять оцінки. Для чоловіків же бути хорошим сім’янином є окремою чеснотою (*son of toil*).

З вищеведенного прикладу є можливість побачити асиметрію фразеологічних одиниць, яка полягає у тому, що кількість ідом, що описують соціальний статус чоловіків, є більшою за кількість ідом, що характеризують статус жінки.

Результатом такої тенденції в мові є гендерні стереотипи, які полягають в основі формування певних соціальних очікувань по відношенню до людей, заохочуючи одні та негативно оцінюючи інші риси та якості людей в залежності від їх біологічної статі, наприклад, використання слова *girl* у фразеологізмі *girl boy* для надання ідіомі негативного відтінку значення.

Перспектива даної роботи полягає у вивченні гендерних відношень в лінгвістиці, проблемою яких є не лише репрезентація маскулінності та фемінінності як культурних концептів, але й домінуюча андроцентричність мови, яка проявляється через сприйняття чоловічої мовою картини світу.

#### Література

1. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Избранные труды / В.В. Виноградов. – М. : Наука, 1977. – 312 с. 2. Кунин А.В. Английская фразеология: Теоретический курс / А.В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1970. – 344 с. 3. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка: Опыт систематизированного анализа / А.В. Кунин. – М. : Междунар. отношения, 1972. – 246 с. 4. Кирилина А.В.

---

---

О применении понятия «гендер» в русскоязычном лингвистическом описании / А.В. Кирилина // Филологические науки. – 2000. – № 3. – С. 18–25. 5. Побережная О.Ю. Основы гендерных отношений [Электронный ресурс] / О.Ю. Побережная. – Режим доступа : <http://www.lunn.sci.nnov.ru>. 6. Ashmore R.D. Sex stereotypes and implicit personality theory: Toward a cognitive-social psychological conceptualization / R.D. Ashmore, F.K. Del Boca // Sex Roles. – 1979. – Vol. 5. – P. 219–248.

УДК 811.111'42:32

**ВЕРБАЛЬНА РЕАЛІЗАЦІЯ  
СТРАТЕГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ  
В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ  
(на матеріалі ЗМІ Великої Британії)**

**Зоц В.О. (Харків)  
Науковий керівник:  
докт. фіол. наук, проф. Бондаренко є.в.**

Визначається природа та лінгвокомунікативні ознаки інформаційної війни ХХІ століття, зокрема засобів вербалної реалізації інформаційної війни в електронному політичному дискурсі ЗМІ Великої Британії.

**Ключові слова:** електронний політичний дискурс, інформаційна війна, стратегії інформаційної війни.

**Зоц В.А. Вербальная реализация стратегий информационной войны в политическом дискурсе (на материале СМИ Великобритании).** Определяется природа и лингвокоммуникативные признаки информационной войны XXI века, в частности средств верbalной реализации информационной войны в электронном политическом дискурсе СМИ Великобритании.

**Ключевые слова:** электронный политический дискурс, информационная война, стратегии информационной войны.

**Zots V.O. Verbalizing of information war in the political discourse (on the material of the British Media).** There are distinguished the nature and linguistic communicative features of the information war in the 21<sup>st</sup> century, in particular, the means of verbalizing the information war in the electronic political discourse of the British Media.

**Keywords:** electronic political discourse, information warfare, strategies of information warfare.

---

---

Сьогодні Інтернет є важливим соціально-комунікативним явищем. Поставлючи відповідну соціальну, політичну і культурну інформацію, електронні ЗМІ включаються в процес і результати соціально-політичної комунікації, сприяючи формуванню картини світу у свідомості адресата [2, с. 34]. Політтехнології інформаційної дії дозволяють створювати таку інформацію, яка не сприймається адресатом як форма маніпулятивної дії, а усвідомлюється як відображення реальної картини світу. За допомогою такого роду маніпулятивних картин дійсності, що реалізуються вербально через низку тактик, можна керувати суспільством, формувати свідомість [6].

Актуальність дослідження визначається посиленням впливу інформаційного простору на різні сфери людської діяльності, зокрема суспільну, коли формування думки певного напрямку серед широких верств населення стає одним з ключових об'єктів сучасної глобальної геополітики.

Об'єктом дослідження є вербалні (лексичні, граматичні, синтаксичні та стилістичні) засоби реалізації стратегій інформаційної війни в політичних ЗМІ Великої Британії.

Предметом дослідження стали стратегії і тактики інформаційної війни характерні для електронних ЗМІ Великої Британії.

Мета дослідження полягає у визначенні засобів вербалної реалізації стратегій інформаційної війни в електронному політичному дискурсі ЗМІ Великої Британії.

Наукова новизна роботи полягає у впровадженні крос-культурного аспекту досліджень інформаційної війни.

Основи сучасної теорії інформаційної війни були сформульовані наприкінці ХХ століття. На сьогоднішній день термін “інформаційна війна” використовується досить широко, проте однозначного визначення цього поняття немає. Інформаційна війна сьогодні тлумачиться як:

- комунікативні технології, що впливають на масову свідомість [1];
- явне або таємне керування інформаційними потоками у своїх цілях [4, с. 12];
- дії, що здійснюються для досягнення інформаційної переваги в забезпеченні національної військової стратегії шляхом впливу на інформацію і інформаційні системи супротивника з одночасним зміненням і захистом власної інформації і інформаційних систем [5, с. 5].

Таким чином, інформаційна війна є всеосяжною, цілісною стратегією, сконцентрованою на значущості і цінності інформації в питаннях командування, управління і реалізації національної політики. Інформаційна війна використовує усі можливості і націлена на чинники уразливості суспільства, що неминуче виникають в умовах зростаючої залежності від

---

---

інформації. Об'єктом її уваги є інформаційні системи, а також інформаційні технології [5, с. 5].

Сьогодні інформаційна війна виникає з нових можливостей використання інформації в сучасному суспільстві. З одного боку, суспільство «технізувало» себе, з іншою, активна робота ЗМІ формує громадську думку як важливу складову ухвалення військових, політичних і державних рішень [5, с. 193].

Дію у рамках інформаційної війни за допомогою стандартної моделі комунікації можна представити в межах трьохкомпонентної схеми: «відправник – повідомлення – одержувач».

Розглянемо втілення цих схем на конкретному прикладі, матеріалі британських ЗМІ 2006-2012 року стосовно справи О.Літвіненко, колишнього офіцера ФСБ, який отримав політичний притулок у Великій Британії, та помер в одній із лікарень Лондона через радіоактивне отруєння.

Модифікації впливу в межах цього контексту виглядають так:

Варіант А: псевдовідправник – повідомлення – одержувач.

*“Police found traces of polonium on Mr Lugovoi’s wife and children”* [2].

В прикладі вище в нас є анонімізація повідомлення, підробка його під реальний слух, який насправді має певного автора.

Варіант Б: відправник – псевдовідомлення – одержувач.

*“They are recruiting Russian citizens, and they are selling citizenship”* [2].

В цьому випадку повідомленням модифікує вже наявні диспозиції в головах населення, не будучи чимось новим. Це ще одне підтвердження потребних для комунікатора стереотипів.

Варіант В: відправник – повідомлення – псевдоодержувач

*“The UK director of public prosecutions recommended the extradition of Lugovoi on murder charges in May but Russian authorities refused to comply”* [2].

Варіант “В” моделюється під секретне повідомлення, яке нібито не призначено для чужих вух [5, с. 39].

Ефективність забезпечення інформаційного протистояння окрім впровадження дієвих правових і організаційних механізмів його ведення багато в чому залежить і від наявності конкретної державної стратегії інформаційної війни, що реалізується за допомогою політичної мови [6]. Політична мова – «особлива підсистема національної мови, призначена для політичної комунікації: для пропаганди тих або інших ідей, емотивного впливу на громадян країни і спонукання їх до політичних дій, для вироблення суспільного консенсусу, прийняття і обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах множинності точок зору в суспільстві» [3, с. 139].

Остання передбачає використання широкого арсеналу політичних технологій, методів і форм маніпулятивної інформаційної дії [6].

---

---

Маніпулятивні засоби впливу головним чином базуються на семантичному маніпулюванні, суть якого полягає в ретельному відборі слів, що викликають або позитивні, або негативні асоціації і, таким чином, впливають на сприйняття інформації. При використанні цієї технології матеріал освітлюється і презентується таким чином, коли, за допомогою змістового протиставлення, через низку спеціально підібраних антонімів, у свідомості реципієнта образ об'єкту сприймається як позитивний, а його опонент виступає його повною противідностю [6].

Семантичне маніпулювання тісно пов'язано з ще однією формою інформаційно-психологічної дії – тактикою мовного контрасту «свої» :: «чужі», при використанні якої автори інформації прагнуть ідентифікувати «свою» цільову аудиторію і дистанціювати (протиставити) її “чужій” [6]:

*Mr. Litvinenko's death, coinciding with other strains between London and Moscow, chilled relations between Britain and Russia, leading to tit-for-tat expulsions of diplomats reminiscent of the cold war. Russia's refusal to hand over the man accused of killing Mr. Litvinenko has since stymied efforts to restore normal ties [7].*

Зазначений вище приклад постає як повідомлення, яке виступає підтвердженням стереотипів відносно Росії, а саме: ціннісні орієнтації, які, на відміну від Великої Британії, орієтовані не на минуле, а на сьогодення; маскулінний тип держави, де переважають жорсткість, безкомпромісність. Тауку яскраву картину міжкультурної відмінності автор досягає завдяки низці тактик/стилістичних прийомів маніпулятивної стратегії, що є найбільш релевантною в ході інформаційної війни. Метафори (*chilled, stymied*), посилення на прецедент (*cold war*), проведення паралелей (*coinciding with strains*), метонімія (*Russia's refusal*) створюють ефект негативних асоціацій, тут бачиться непряме звинувачення в неадекватності дій опонента. Повідомлення сповнено словами із семантичного поля «температура» («холод») (*cold, chilled*) та «війна» (*death, war, strains, killing*), що, тим самим, ще більше дискредитує дії Росії. Ми також бачимо засоби акцентування, виражені шляхом підкреслювання та зміни кольору фарби.

Ще одним прикладом інформаційної війни між Великою Британією та Росією може слугувати матеріал з іншого британського видання “The Guardian”.

*In a deathbed accusation, Mr Litvinenko blamed the Russian president, Vladimir Putin, for his poisoning – an allegation the Kremlin has vehemently denied [8].*

В цьому прикладі ми зустрічаємо інші стилістичні прийоми, а саме епітет (*vehemently*) та метонімію (*the Kremlin*). За допомогою першого автор підсилює агресивну реакцію з боку Росії, що ще раз нам доводить її маскулінність. Метонімія свідчить про колективізм держави, бо під Кремлем

---

---

ми розуміємо увесь державний апарат країни на чолі з президентом. Початок речення із посиланням на прецедентне ім'я жертви, а також слово “*deathbed*” закликають до почуттів, емоцій людей своєї країни і, тими самим, британське ЗМІ ще раз доводять феминіність своєї держави. Цей приклад, як і попередній, сповнений словами негативної конотації, що належать до семантичного поля «злочин» (*accusation, blame, poisoning*). З огляду на пунктуаційний характер речення, варто відмітити використання дефісу (–) замість коми (,). Таким чином автор збільшує паузу, аби акцентувати увагу на реакції Росії на пряме звинувачення. Все це формує негативний образ держави-опонента, зокрема її лідерів, та звинувачує у неадекватності її дій.

Іншим прикладом того ж видання (“The Guardian”), що наданий британськими ЗМІ, може слугувати пряма мова головного підозрюваного А. Лугового, де він презентує власний погляд на ситуацію, що склалася.

*He (Mr. Lugovoi) said Litvinenko had told him that the British, including MI6, were “complete idiots” who would believe anything you told them [8].*

Це речення є яскравим прикладом схеми інформаційної війни «відправник – псевдовідомлення – одержувач», де автор апелює до стереотипів своєї нації стосовно британців. Для досягнення цієї мети автор використовує такий троп, як порівняння, до складу якого входить градація (*complete*) та вульгаризм (*idiots*), тим самим він дискредитує образ Великої Британії в очах співвітчизників та показує своє іронічне ставлення не тільки до країни в цілому, але і до її державних органів, таких як MI6 (*Military Intelligence*). Умовний спосіб речення II типу (*would believe*) показує не тільки вірогідність очікуваного результату, а й самого бажання автора.

Отже, інформаційна війна – це один із найважливіших і впливовіших видів політичного протистояння в сучасному технічно розвиненому суспільстві. Суть інформаційної війни полягає у використанні маніпулятивної стратегії яка впроваджується через такі тактики: апеляція до авторитету, негативна конотація, семантичне маніпулювання та створення аналогій. В результаті вдало вибраної тактики адресант досягає бажаного ефекту, а саме презентує інформацію у необхідному для нього контексті, щоб вплинути на її сприйняття реципієнтом.

Перспективою роботи є визначення базових стратегій і тактик інформаційної війни ЗМІ інших країн у порівнянні.

#### Література

1. Атаманов Г.А. Информационная война: экспликация понятия / Г.А. Атаманов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.naukaxxi.ru/materials/254/> 2. Володина М.О. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких масс медиа) / М.О. Володина // Политическая лингвистика. – 2010. –

---

---

№ Вып. 4. – С. 34. Золина Г.Д. Коммуникативные формы воздействия в информационной войне (Материалы СМИ периода грузино-югоосетинского конфликта) / Г.Д. Золина, Н.П. Кравченко // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2009. – № 5. – С. 138–147. 4. Панарин И. Первая информационная война. Развал СССР / И. Панарин. – СПб. : Питер, 2010. – 256 с. 5. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2000. – 576 с. 6. Соловьева Е.А. Манипулятивные формы воздействия в информационном противоборстве (на примере Грузино-Югоосетинского конфликта) / Е.А. Соловьева [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.pglu.ru/science/researches/nii-panin/vestnik/v3/E\\_A\\_Soloveva.pdf](http://www.pglu.ru/science/researches/nii-panin/vestnik/v3/E_A_Soloveva.pdf)

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

7. The Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.thetimes.co.uk/> 8. The Guardian [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.theguardian.com/>

УДК 811.111'37

**КОГНИТИВНАЯ ТИПОЛОГИЯ МЕТОНИМИИ  
И МОТИВИРУЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ  
МЕТОНИМИЧЕСКОГО ПРОЕЦИРОВАНИЯ**

**Иванченко О.И. (Харьков)  
Научный руководитель:  
канд. филол. наук, доц. Шамаева Ю.Ю.**

Статья посвящена выявлению и описанию концептуальных оснований, когнитивной типологии и мотивирующих принципов метонимического проектирования на базе анализа существующих подходов к исследованию явления метонимии с точки зрения когнитивной лингвистики.

**Ключевые слова:** когнитивная модель, метонимия, метонимическое проецирование, мотивирующий принцип, типология метонимии.

**Іванченко О.І. Когнітивна типологія метонімії та мотивуючі принципи метонімічного проектування.** Стаття присвячена виявленню та опису концептуальних засад, когнітивної типології та мотивуючих принципів метонімічного проектування на основі аналізу існуючих підходів до явища метонімії з точки зору когнітивної лінгвістики.

**Ключові слова:** когнітивна модель, метонімія, метонімічне проектування, мотивуючий принцип, типологія метонімії.

---

---

**Ivanchenko O.I. Cognitive typology of metonymy and motivating principles of metonymic projecting.** The present article focuses on revealing and describing the conceptual foundations, the cognitive typology and the motivating principles of metonymical projection on the basis of the analysis of the existing approaches to the phenomenon of metonymy from the point of view of cognitive linguistics.

**Key words:** cognitive model, metonymy, metonymical projection, motivating principle, typology of metonymy.

Прочно утвердившееся в современном языкоznании когнитивное направление позволяет выявить ментальные основания языковых явлений и значительно расширить взгляд на такие, на первый взгляд, детально изученные явления, как метонимия. Исследование метонимии как одного из фундаментальных свойств нашего сознания на когнитивном уровне значительно активизировалось в последнее десятилетие (Е.В. Падучева, О.П. Воробьева, И.С. Шевченко, Z. Kövecses и др.). В метонимии стали видеть ключ к пониманию процессов мышления, поскольку её основу составляет процесс метонимического проецирования, осуществляемый в пределах одной идеализированной когнитивной модели (ИКМ) [3]. В этой связи, актуальность нашей работы, посвященной исследованию когнитивных механизмов метонимизации существительных в английском языке, теоретический фрагмент которой представлен в данной статье, обусловлена, с одной стороны, ведущей ролью когнитивной парадигмы в современной лингвистике, с другой – недостаточной изученностью когнитивных основ формирования новых значений по метонимическому типу.

Новизна работы заключается в применении нового когнитивного аппарата исследования к анализу метонимических механизмов развития значения слова с целью выявления специфики формирования нового метонимического значения с точки зрения ИКМ и механизмов, лежащих в его основе.

Объект фрагмента исследования, результаты теоретической части которого изложены ниже, составляют когнитивные механизмы метонимического переноса, лежащие в основе формирования новых концептов картины мира англоязычного социума, а его предмет – их когнитивно-типологические характеристики с выявляемыми мотивирующими принципами метонимического проецирования.

Теоретико-методологической базой для написания работы, выполненной на материале выборки из словарей новых слов общим объемом более 600 единиц, послужили работы отечественных и зарубежных учёных в области когнитивной лингвистики (Е.С. Кубряковой, В.И. Заботкиной, С.А. Жаботинской, А.Н. Приходько, Дж. Лакоффа,

---

---

Дж. Эйчисон), теории метонимии (Н.Д. Арутюновой, З. Ковечеша, Е.В. Падучевой, У. Крофта, Л. Торнбург).

Метонимия (гр. *metonymia* < *meto* (изменение) + *onoma* (имя) – переименование) как фундаментальный прием познания служит важным средством категоризации и концептуализации действительности и языковым отражением постоянно меняющейся картины мира. Метонимия как концептуальное явление впервые привлекла внимание когнитивных лингвистов в 1980 г. с выходом в свет главного труда Дж. Лакоффа и М. Джонсона “Метафоры, которыми мы живем”. Согласно авторам, метонимические концепты позволяют нам концептуализировать одну сущность через ее отношение к другой. Они основываются на нашем опыте, и эта основа более очевидна и “осозаема”, чем у метафорических концептов, т.к. она подразумевает непосредственные физические/ причинные ассоциации [4, с. 35–39; 5]. Метонимия рассматривается не только как концептуальное явление, но и когнитивный процесс, с помощью которого мы получаем доступ к одной ментальной сущности посредством другой [6]. Окончательно оформить революционный поворот в исследовании метонимии позволило ее принципиально новое определение Г. Раддена и З. Ковечеша: «Метонимия – это когнитивный процесс, в котором один концепт – средство (*vehicle*) обеспечивает ментальный доступ к другому концепту – цели (*target*) в пределах одного домена, или идеализированной когнитивной модели (ИКМ)» [3, с. 39]. Отсутствие здесь понятие смежности, с нашей точки зрения, объясняется тем, что концепты являются частями ИКМ, а значит уже находятся в отношениях смежности. Следовательно, мы можем ожидать возникновение метонимии во всех онтологических областях и, более того, допускать возможность их пересечения [3, с. 41].

Вслед за Г. Радденом и З. Ковечешем мы допускаем существование трех основных онтологических типов метонимии: 1) знаковая метонимия: форма (знака) → концепт, т.е. концепт в сочетании с формой продуцирует метоним ФОРМА (знака) СТОИТ ВМЕСТО КОНЦЕПТА (значения знака): например, сюда относится любая знаковая система, включая язык; 2) референтная метонимия: форма/концепт → предмет/событие. Как и в случае знаковой метонимии, цель и средство здесь принадлежат разным онтологическим областям. Цель может метонимически достигаться а) либо через целостный знак (ФОРМА + КОНЦЕПТ СТОИТ ВМЕСТО ПРЕДМЕТА/СОБЫТИЯ): например, если в шахматной партии одна фигура, например ладья (*rook*) заменена ластиком, в предложении *I am moving my rook to Q4* выражение *my rook* сохраняет свое изначальное значение, но при этом подразумевается ластик, находящийся на шахматной доске вместо нее; б) либо только через форму (ФОРМА СТОИТ ВМЕСТО

---

---

ПРЕДМЕТА/СОБЫТИЯ): например, человеку свойственно видеть тесную связь слов (словоформ) и вещей (референтов) (в магических заклинаниях слова якобы властвуют над реальностью), хотя в действительности прямая связь между ними отсутствует; в) либо только через концепт (КОНЦЕПТ СТОИТ ВМЕСТО ПРЕДМЕТА/СОБЫТИЯ): например, концепт слова «стол» заменяет предмет «стол», или наоборот, ПРЕДМЕТ СТОИТ ВМЕСТО КОНЦЕПТА: знаменитый футболист олицетворяет концепт СПОРТ; 3) концептуальная метонимия: концепт → концепт, т.е. метоним КОНЦЕПТ СТОИТ ВМЕСТО ДРУГОГО КОНЦЕПТА означает, что цель и средство находятся в пределах одной онтологической области.

В последнем случае метонимический сдвиг не обязательно сопровождается изменением формы, что выражается, как показало наше изучение фактажа, в четырех различных типах концептуальной метонимии: а) ФОРМА (А) – КОНЦЕПТ (А) → ФОРМА (В) – КОНЦЕПТ (В) (изменение формы происходит): например, в высказывании *The buses are on strike* концепт А (BUS), выраженный формой А (*buses*) замещает концепт В (BUS DRIVERS), выраженного формой В (*bus drivers*). Как BUS(ES), так и BUS DRIVERS принадлежат к одной и той же ИКМ, являясь метонимом КОНТРОЛИРУЮЩИЙ-КОНТРОЛИРУЮЩЕГО, где КОНТРОЛИРУЕМЫЙ (BUS(ES)) выступает в роли КОНТРОЛИРУЮЩИЙ “контролирующего” (*bus drivers*); б) ФОРМА (А) – КОНЦЕПТ (А) → КОНЦЕПТ (В), где целевой концепт не имеет собственной формы, и метонимизация здесь происходит по схеме КАТЕГОРИЯ – ОТДЕЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ; в) ФОРМА (А) – КОНЦЕПТ (А) → ФОРМА (А) – КОНЦЕПТ (В) (изменение формы не происходит): например, концептуально полисемичное выражение *The White House* заключает в себе значения и здания, и исполнительного органа правительства США, который заседает в этом здании; г) ФОРМА (А) – КОНЦЕПТ (А) → ФОРМА (В) – КОНЦЕПТ (А/В) (сопровождается изменением формы при неизменном концепте): например, использование акронима *UN* вместо полного выражения *United Nations*.

Выделение метонимических типов концептуальных отношений влечет за собой вопрос о том, каким образом происходит выбор концепта-средства для достижения концепта-цели при метонимическом сдвиге и, в более широком смысле, какие факторы влияют на процесс конвенционализации метонимии. Выяснилось, что для того, чтобы метонимия стала конвенциональной, она должна отвечать следующим требованиям [2, с. 14–15]: 1) соответствовать одному из типов концептуальных метонимических отношений (ЧАСТЬ-ЦЕЛОЕ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬ-ПРОДУКТ и пр.), которые З. Ковечеш и Г. Радден определили как типы «по умолчанию» (default cases) [3, с. 40]; 2) быть общепринятой в социуме.

---

---

Среди когнитивных принципов, влияющих на построение метонимизации, в качестве основных мотиваций выделим следующие:

1. опытная мотивация, которая включает: а) принцип превосходства одушевленного над неодушевленным (например, метонимы ПРОИЗВОДИТЕЛЬ-ПРОДУКТ или ВЛАДЕЛЕЦ-ОБЛАДАЕМОЕ); б) принцип превосходства конкретного над абстрактным (онтологическая метонимия ФОРМА-КОНЦЕПТ или метоним ТЕЛЕСНОЕ-МЕНТАЛЬНОЕ в примере *brain* вместо *intellect*); в) принцип превосходства опыта взаимодействия с предметом над его отсутствием, который делает возможным, скажем, перенос УПРАВЛЯЕМОЕ-УПРАВЛЯЮЩИЙ;

2. чувственная мотивация, которая включает а) принцип превосходства непосредственного над опосредованным; б) принцип превосходства происходящего над непроисходящим (метонимия ПОТЕНЦИАЛЬНОСТЬ-ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ); в) принцип величины, или превосходства большего над меньшим; г) принцип доминантности; д) принцип превосходства сильного единства (гештальта) над слабым единством; е) принцип превосходства ограниченного над неограниченным, предполагающий наличие у гештальта четко определенных границ (обратный метоним ОБЪЕКТ-МАТЕРИАЛ); ж) принцип превосходства конкретного над общим, включающий в себя принцип непосредственного над опосредованным, происходящего над непроисходящим и конкретного над абстрактным (например, метонимия ЧЛЕН КАТЕГОРИИ-КАТЕГОРИЯ);

3. культурно обусловленная мотивация, включающая стереотипы как наиболее наглядные примеры культурно обусловленных концептов, что проявляется в когнитивных принципах а) превосходства стереотипов (стереотипическое восприятие *mother* как *housewife*), перекликающимся с принципом б) превосходства идеала над неидеалом, в котором на первый план выдвигается идеальный член категории (*You are a Monte-Cristo*).

Итак, метонимия как когнитивная операция, при которой содержательная область источника обеспечивает доступ к содержательной области цели в пределах одного когнитивного домена, или ИКМ является одним из фундаментальнейших свойств человеческого сознания, а знание метонимических принципов играет огромную роль в интерпретации высказывания. Метонимические модели, в основе которых лежат принципы опытной, чувственной, культурно обусловленной и коммуникативной мотивации, можно назвать естественными инференционными схемами, представляющими собой легко активизируемые в памяти когнитивные ассоциации, которые можно использовать с целью инференции. Их углубленное исследование в английском языке в русле теории прототипов, концептуальной и

---

---

фреймовой семантики, а также гештальтпсихологии, составляет перспективу нашей научной работы.

Література

1. Берестнев Г.И. Язык и когнитивные стратегии в семиотике / Г.И. Берестнев // На стыке парадигм лингвистического знания в начале XXI века: грамматика, семантика, словообразование. – Калининград : Изд-во КГУ, 2008. – С. 73–82.
2. Barcelona A. The multilevel role of metonymy in grammar and discourse / A. Barcelona // Perspectives on Metonymy. – Lodz : Rado, 2005. – 19 p.
3. Kövecses Z. Towards a Theory of Metonymy / Z. Kövecses, G. Radden // Metonymy in Language and Thought. – Amsterdam and Philadelphia : Benjamins, 1999. – P. 17–59.
4. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : The University of Chicago Press, 1980. – 250 p.
5. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind / G. Lakoff. – Chicago : University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
6. Langacker R.W. Reference-point constructions / R.W. Langacker // Cognitive Linguistics. – 1993. – № 4. – P. 1–38.

УДК 811.161.1'255.4

**ЛІНГВІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРІВ  
РОСІЙСЬКОМОВНИХ ПИСЬМЕННИКІВ  
ФРАНЦУЗЬКОЮ МОВОЮ**

**Іщенко М.В. (Харків)  
Науковий керівник: ст. викл. Дробязко О.Є.**

Стаття присвячена вивченю лексичних, стилістичних, граматичних і прагматичних проблем перекладу на прикладі творів Л. Уліцької та І. Бабеля. Особливість цієї статті полягає в аналізі перекладу відхилень від літературної лексичної норми (арго, просторіччя) та в особливості передачі реалій.

**Ключові слова:** відхилення від норми, переклад, прагматика, реалії, сленг, стиль.

**Ищенко М. В. Лингвистические проблемы перевода произведений русскоговорящих писателей на русский язык.** Статья посвящена изучению лексических, стилистических, грамматических и прагматических проблем перевода на примере произведений Л. Улицкой и И. Бабеля. Особенность этой статьи состоит в анализе перевода отклонений от литературной лексической нормы (арго, просторечие) и в особенности передачи реалий.

**Ключевые слова:** отклонение от нормы, перевод, прагматика, реалии, сленг, стиль.

---

---

**Ishchenko M.V. Linguistic problems in the translation of the works by Russian-speaking authors into the French language.** The article is dedicated to the study of lexical, stylistic, grammatical, and pragmatic issues of the translation based on the works by L. Ulitskaia and I. Babel. The peculiarity of the article consists in the analysis of the divergence from the literary lexical norm translation (argo, colloquial language) and in the singularities of the realia translation.

**Key words:** divergence from the norm, pragmatics, realia, slang, style, translation.

Актуальність даного дослідження зумовлена недостатнім вивченням особливостей перекладу російських художніх творів французькою мовою. Об'єктом дослідження стали переклади художніх творів Л. Уліцької «Веселі похорони», «Лялін дім» та І. Бабеля «Одеські оповідання» та «Хроніки 18-го року» французькою мовою. Предметом дослідження є лексичні, стилістичні, граматичні та прагматичні особливості перекладу російських художніх творів французькою мовою. Мета дослідження полягає у проведенні детального аналізу перекладу з російської на французьку мову та в аналізі засобів та методів перекладу відхилень від літературної норми. Наукова новизна роботи полягає в поглиблений лінгвістичній спрямованості дослідження, присвяченого лінгвістичній проблемі перекладу художніх творів російськомовних письменників французькою мовою.

Переклад художніх текстів, поза сумнівом, є найскладнішим видом перекладу. Він має особливо складний та творчий характер. Завдання перекладача – зберегти нерозривну єдність форми і змісту художнього тексту. Це включає в себе відтворення ідеї автора і, що не менш важливо, відображення способу художнього втілення цієї ідеї, а саме образності оригіналу.

Проводячи аналіз художніх творів таких російськомовних письменників як Л. Уліцька та І. Бабель, не можна не вказати на особливості їх стилю. Для Уліцької характерне поєднання художнього та побутового стилів, використання великої кількості порівнянь і метафоричних описів, неологізмів та фразеологізмів. Щодо Бабеля, його творчість неможливо уявити без одеського колориту, рваного тексту, авторського фотографічного опису подій і втомлено-іронічних міркувань оповідача.

Проводячи порівняльний аналіз, ми виявили наступні основні лексичні проблеми перекладу: 1) проблеми перекладу відхилень від літературної норми (просторіччя, діалект, жаргон, арго, професіоналізми) та 2) особливості передачі реалій (радянізми, міри, гроші, звертання, іншомовні вкраплення, фразеологічні одиниці). Граматичні, стилістичні та прагматичні проблеми перекладу являються складовою частиною дослідження з проблем перекладу відхилень від літературної норми.

---

---

Найбільш цікавою частиною є практичне дослідження перекладу **арго** (сленгу). Аrgo представляє собою надзвичайно складну перекладацьку категорію. Приклади арго можна виявити як у художніх творах Бабеля так і в роботах Уліцької. Як відомо, арго можна перекласти за допомогою еквіваленту, функціонального аналогу та описового перекладу. У деяких випадках перекладач намагався досягти перекладу за допомогою еквіваленту: *наставляет рога подпоручику – cocufie un sous-lieutenant, п'ян вдребезги – soûl comme une bourrique.*

Нажаль, у більшості випадків перекладачу не вдалося досягти адекватного перекладу. Це пов’язано з тим, що арго є найрухомішим шаром лексики і жоден словник нових слів не в змозі наздогнати розвиток мови в цій сфері. До того ж, багато лексичних одиниць арго дуже недовговічні та швидко виходять з вживання. Таким чином, перекладач замість сленгу вживає нейтральні, значно пом’якшені або ж навіть емоційно-незабарвлени слова, що порушує стилістику, а значить і прагматику. Можна навести приклади з творів та запропоновані власні переклади: *сортir с душем – des toilettes avec une douche (des chiottes), валяй – bon, d'accord (vas-y!), ни хрена не понимает – n'y comprend rien du tout (Personne n'y comprend que dalle), баба – dame (bonne femme).*

У деяких випадках перекладач взагалі не зрозумів текст оригіналу: *слинили – avaient pâli (ont pris la tangente, ont pris le large), хряпнем – on va casser une petite graine ensemble (on va en étrangler un, on va boire la goutte).*

Під час дослідження велика увага приділялася і перекладу **просторіччя**. Більшість проаналізованого матеріалу була знайдена у творах І. Бабеля. Персонажі творів, їх походження, місце подій впливають на лексичні та граматичні конструкції, вжиті в оповіданнях. Ці відмінні риси – особлива вимова, неправильні граматичні форми, а також знижена лексика.

При перекладі просторіччя зазвичай використовувався такий основний метод передачі як функціональний аналог, тобто заміна просторіччя російською мовою просторіччям французькою мовою. Це добре вдалося перекладачеві. Методом функціонального аналогу було перекладено таке просторіччя як: *тудою и сюдою – par-là et par-là.*

На основі аналізу передачі просторіччя можна судити про те, що в багатьох випадках перекладачеві не вдалося знайти аналогу, та більшість з цих відхилень від норми були перекладені нейтральною нормативною лексикою французької мови, що не передає стилістичних нюансів, створених автором. Наприклад: *в управе сказывали – au poste ils disent, инженеры от заводов все отъехали – les ingénieurs, y ont tous filé des usines, немец говорит – земля евонная – l'Allemand y dit, c'est à lui qu'elle est, la terre.*

---

---

Цікаво, що деякі з проаналізованих прикладів представляють **порушення граматичної норми** російської мови, але при передачі цих виразів французькою мовою (методом функціонального аналогу), вони не порушують граматичну норму і навіть перестають бути просторічям. Ці вирази стають унормованими фразами, що цілком відповідають усім лексичним та граматичним правилам. Незважаючи на це, порушується інша норма – прагматична, що призводить до втрати певного лексичного колориту. Наприклад: *побежите смотреть – courez voir; я имею вам сказать пару слов – j'ai deux mots à vous dire; он думает об выпить хорошую стопку водки, об дать кому-нибудь по морде, об своих конях – и ничего больше – il pense à boire un bon petit verre de vodka, à cogner sur la gueule de quelqu'un, à ses chevaux, et à rien d'autre.*

Щодо **реалій**, то дві головні складності їх перекладу полягають у: 1) відсутності у мові перекладу відповідника (еквівалента) через відсутність у носіїв цієї мови об'єкта, що позначається цією реалією і 2) необхідності разом з предметним значенням (семантикою) реалії, передати і колорит (конотацію) – її історичне і національне забарвлення.

Проаналізувавши конструкції **реалій-радянізмів**, які використовуються при перекладі російських прозових творів, можна зробити висновок про те, що більшість «радянських реалій» трансформуються за допомогою транскрипції (*большевик – bolchévik*) або перекладу функціональним аналогом (*райисполком – comité de district*) чи описовим перекладом (*шестидесятники – des anciens des années Soixante*). Проблема читача надзвичайно важлива при перекладі радянізмів. Тому перекладач повинен орієнтуватися на широку аудиторію та на кожного читача індивідуально.

Щодо **звертань**, усі приклади з творів російських письменників є емоційно-забарвленими. Емоційність досягається за допомогою зменшувальних суфіксів. Якщо ж розглянути французький переклад, можна помітити, що перекладач використав звертання, притаманні французькій мові, частково втративши колорит та образну основу російських звертань. За браком зменшувальних суфіксів перекладач використав лексичне додавання у вигляді прикметника *petit* (маленький) та переклав звертання за допомогою методу функціонального аналога. Наприклад: *деточка – ton enfant, мышонок мой – ma petite ruse, душка – ton ange, зайка и киска – ton chou et ta chatte.*

При перекладі **реалій-мір та реалій грошей** найбільш вдалим засобом передачі ми вважаємо транскрипцію з використання виносок чи коментарів, що є цілком прийнятним у романах. Саме таким методом і скористався перекладач творів І. Бабеля: *до двух с половиной пудов – à deux pouds et demi (environ quarante litres), пять пудов – cinq pouds (un poud équivaut à 16,38 kg).*

---

---

В іншому випадку перекладач вжив транслітерацію, що порушило прагматику, а тому не є найадекватнішим засобом перекладу реалій-мір. Перекладачу слід було використати виноску чи коментар (*п'ятнацять верст – quinze verstes*). Крім цього, перекладач міг скористатися приблизним перекладом і перекласти *п'ятнацять верст як très loin*, тобто дуже далеко. Це дало б читачеві можливість зрозуміти, про що йде мова.

Відповідно до **фразеологічних одиниць**, проаналізованих у творах Л. Уліцької та І. Бабеля, можна говорити про те, що перекладач застосував як фразеологічний так і нефразеологічний переклад.

Фразеологічний переклад – *тебе от этого ни жарко, ни холодно – ça ne me fait ni chaud ni froid; просто жутъ берет – ça me fait froid dans le dos; через пень-колоду – comme une vache espagnole*. Нефразеологічний переклад – *не какая-нибудь любовь-морковь – pas une aventure de rien du tout; вот морока на мою голову – voilà les embêtements qui me tombent dessus*.

Висновки: у цілому необхідно зазначити, що перекладачі романів Л. Уліцької та І. Бабеля намагалися передати усі лексичні та граматичні відхилення від норм. У більшості випадків ім це вдалося. Незважаючи на це були помічені випадки втрачених відтінків та нюансів значення, що вплинуло на стилістичні особливості тексту перекладу.

Перспективою роботи є систематизація лексичних, стилістичних, граматичних та прагматичних проблем перекладу.

#### Література

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов. – М. : Междунар. отношения, 1975. – 240 с.
2. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М. : Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
3. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Междунар. отношения, 1980. – 261 с.
4. Babel I. Chroniques de l'an 18 / I. Babel. – A. : Actes Sud, 1996. – 119 p.
5. Babel I. Contes d'Odessa / I. Babel. – F. : Gallimard, 1999. – 135 p.
6. Oulitskaia L. De joyeuses funйrailles / L. Oulitskaia. – F. : Gallimard, 1999. – 219 p.
7. Oulitskaia L. La maison de Lalia et autres nouvelles / L. Oulitskaia. – F. : Gallimard, 1993. – 103 p.

---

---

УДК 811.111'42

**КОНЦЕПТОСФЕРА МОДА В АНГЛОМОВНОМУ,  
УКРАЇНСЬКОМУ ТА РОСІЙСЬКОМУ ГЛЯНЦЕВОМУ ДИСКУРСІ  
(на матеріалі електронних періодичних видань)**

**Кириченко Н.А. (Харків)**

**Науковий керівник:**

**докт. філол. наук, проф. Бондаренко Є.В.**

В статті розглядається структура та засоби вербального втілення концептосфери МОДА в дискурсі глянцю та її міжкультурний аналіз на матеріалі англомовних, українських та російських електронних періодичних видань. Концептосфера представлена у вигляді полевої структури, що складається з ядра і периферії.

**Ключові слова:** дискурс глянцю, концептосфера, міжкультурний аналіз, периферія концептосфери, ядро концептосфери.

**Кириченко Н.А. Концептосфера МОДА в английском, украинском и русском дискурсе глянца (на материале электронных периодических изданий).** В статье рассматривается структура и способы вербальной объективации концептосферы МОДА в глянцевом дискурсе и ее межкультурный анализ на материале английских, украинских и русских электронных изданий. Концептосфера представлена в виде поля с ядром и периферией.

**Ключевые слова:** глянцевый дискурс, концептосфера, межкультурный анализ, периферия концептосфери, ядро концептосфери.

**Kyrychenko N.A. Conceptosphere FASHION in the Discourse of English, Ukrainian and Russian Electronic Glossy Magazines.** The paper focuses in the issue of the structure and verbal implementing as well as cross-cultural aspect of the conceptual sphere FASHION in the discourse of English, Ukrainian and Russian electronic glossy magazines. The conceptual sphere is featured in terms of the field structure with its core and periphery.

**Key words:** conceptual sphere, core of the conceptual sphere, cross-cultural analysis, discourse of glossy magazines, periphery of the conceptual sphere.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики увагу дослідників привертає «периферія мови», її соціо-етнокультурний, психічний, комунікативно-прагматичний та когнітивний чинники, що уможливлює адекватне її пізнання. Дослідженням мови з цієї точки зору передбачається когнітивна лінгвістика, одним з фокусів якої є вербалізовані концепти, що найяскравіше відбувають специфіку колективної свідомості певної лінгвокультури [1; 2; 4; 10–12]. Сукупність концептів утворюють концептосферу [11].

---

---

Ця робота присвячена дослідженню структури та засобів вербального втілення концептосфери МОДА в електронному англомовному, українському та російському дискурсі глянцю та їх міжкультурному аналізу.

Актуальність роботи зумовлена роллю когнітивних утворень в формуванні лігвокультурологічної ідентичності нації, що відповідає завданням успішної міжкультурної комунікації. Наукова новизна полягає в тому, що концептосфера МОДА не була у фокусі аналізу мовознавців та водночас розглядається на матеріалі електронних глянцевих видань різних лінгвокультур. Об'єктом цього дослідження є лексичні засоби втілення концептосфери МОДА в дискурсі періодичних англомовних, українських та російських глянцевих видань. Предмет роботи складають структурні особливості концептосфери МОДА, об'єктивованої в дискурсі періодичних англомовних, українських та російських глянцевих видань.

Метою дослідження є визначення лексичних форм втілення концептосфери МОДА в дискурсі глянцевих електронних англомовних, українських та російських видань. Досягнення мети цієї роботи передбачає розв'язання таких задань:

- визначити глянцевий дискурс як особливий тип інституційного дискурсу;
- описати роль концепту МОДА у формуванні дискурсу глянцевих видань;
- виявити основні лексичні засоби втілення та структуру концепту МОДА в дискурсі періодичних англомовних, українських та російських глянцевих видань;
- виявити та порівняти структуру концептосфери МОДА, втіленої в дискурсі періодичних видань англомовних країн, України та Росії.

Для дослідження концептосфери МОДА були використані методи компонентного та дефінітивного аналізу, концептуального моделювання, теорія лексико-семантичного поля та концептуальної метафори.

Матеріалом для роботи є 140 фрагментів лексичної об'єктивації концепту МОДА знайдених в англомовних, українських та російських електронних глянцевих виданнях, а також відповідні статті у тлумачних словниках та словниках-тезаурусах англійської мови [13–18].

Теоретичним підґрунтям дослідження слугують доробки сучасної когнітивної лінгвістики в царині вивчення національно-культурного концепту [1; 2; 4; 10; 11]; а також теорії дискурсу в напрямку вивчення дискурсу глянцю як особливого типу медійного дискурсу [6; 12].

Дискурс глянцевих видань відносимо до інституційного [3]: він владно нав'язує читачам певну оцінку і когнітивну базу, серед його комунікативних особливостей виділяється орієнтація на успіх, гендерна

---

---

та вікова різноманітність, а також специфічна мова та правила спілкування з аудиторією. Дискурс глянцевих видань є відкритим дискурсом, тобто здатним обмінюватися концептами з іншими дискурсами [3].

В зазначеному типі дискурсу реалізується концептосфера МОДА, яка посідає в цьому середовищі одне з ключових місць [6]. Структуру концептосфери, вербалізованої в мові, розглядаємо як когнітивне підґрунтя лексико-семантичного поля (ЛСП), що є сукупністю мовних одиниць, об'єднаних якоюсь загальною семантичною ознакою. ЛСП складається з ядра, що включає базову лексему, її синоніми і антоніми, та периферії, яка досліджується за допомогою прямого звернення до синтагматичних властивостей слова, його комбінаторних потенцій у дискурсі.

До ядра концептосфери МОДА, що вербалізована в англомовних глянцевих виданнях у вигляді ЛСП, відноситься поняття *fashion*, що визначається як ім'я ЛСП МОДА та яке об'єктивує такі поняття як ОДЯГ, ПОВЕДІНКА, МАНЕРА ПИСЬМА ЧИ ГОВОРІННЯ, ЯКІ Є ПОПУЛЯРНИМИ В ПЕЧНИЙ ЧАС В ПЕВНОМУ МІСЦІ, ПЕВНА МОДА, ПРИТАМАННА ЛЮДЯМ ЗІ СМАКОМ, ДОТРИМАННЯ ПЕВНОГО СТАНДАРТУ, ТИМЧАСОВА ПОПУЛЯРНІСТЬ ПЕВНОЇ МОДИ, ВИСОКА МОДА В ОДЯЗІ, ПОВЕДІНЦІ В ПЕВНИЙ ПРОМІЖКОВ ЧАСУ, ІМПУЛЬСИВНИЙ ЕНТУЗІАЗМ, З ЯКИМ МОДА СПРИЙМАЄТЬСЯ КОРОТКИЙ ПРОМІЖКОВ ЧАСУ. До ядра також належать синоніми лексеми *fashion*, зокрема *vogue*, *mode*, *fad*, *craze*, *style* та інші, та її антоніми [13–16; 19].

Периферію складають кореляти структурних, онтологічних та орієнтаційних метафор ЖИВА ІСТОТА, НАУКА, СВІТ, КОНТЕЙНЕР та ГЕОГРАФІЧНЕ МІСЦЕ.

До ядра концептосфери МОДА, що реалізується у середовищі дискурсу українських та російських глянцевих видань у вигляді ЛСП, відноситься поняття *moda*, що є ім'ям поля та визначається як СУКУПНІСТЬ СМАКІВ І ПОГЛЯДІВ, ЩО ПАНУЮТЬ В ПЕВНОМУ СУСПІЛЬСТВІ В ПЕВНИЙ, ЗАЗВИЧАЙ НЕДОВГИЙ ЧАС; ЗРАЗКИ ПРЕДМЕТІВ ОДЯГУ, ЩО ВІДПОВІДАЮТЬ ПАНІВНИМ СМАКАМ ДАНОГО МОМЕНТУ, МАНЕРА ПОВОДЖЕННЯ, ЗВИЧАЇ, ЗВИЧКИ, ЗАГАЛЬНЕ ВІZNАННЯ, УВАГА, ПОПУЛЯРНІСТЬ В ДАНИЙ ЧАС, МОДНИЙ ВИБІР КРАЩИХ МОДЕЛЬЄРІВ, ВИКОНАНИЙ ВРУЧНУ В ЄДИНОМУ ЕКЗЕМПЛЯРІ. До ядра ЛСП МОДА відносимо також синоніми та антоніми лексеми *moda* [17; 18].

Периферія містить структурні та онтологічні метафори з корелятами ЛЮДИНА, ОБ'ЄКТ, КОНТЕЙНЕР, СВІТ та ПРИМІЩЕННЯ.

Міжкультурне дослідження концептосфери МОДА полягає у порівнянні ставлення представників англомовної, російської та

---

---

української лінгвокультур до моди та порівнянні їх цінностей на основі таких критеріїв як ставлення до часу, природи, дії, простору та влади, характер контексту комунікації, ступінь індивідуалізму, змагальність та формальності [5; 7].

В результаті міжкультурного порівняльного аналізу ядра і периферії концептосфери МОДА англійських, українських та російських видань можна зробити висновки, що МОДА в англомовній лінгвокультурі має значнішу негативну забарвленість, ніж в російсько-українській, але користується більшою пошаною, її сприймають як глобальніше явище. Представники російсько-української лінгвокультури позитивно відносяться до моди, але й не сприймають її як щось серйозне та важливе.

Представники англомовної лінгвокультури є індивідуалістичними та орієнтованими на дію, мода висуває у прикладах як активна особа, вільна і креативна. Натомість, представники російсько-української лінгвокультури – колективістичні та орієнтовані на стан. У знайдених прикладах мода активно взаємодіє з колективом та наголошує на самовдосконаленні та розвитку внутрішнього світу людини. Обидві лінгвокультури характеризуються змагальністю та ієрархічним відношенням до влади, про що свідчить високий ступінь концептуалізації моди у термінах змагання, гри та впливової особи.

Перспективою роботи вбачається використання методики контрастивного аналізу засобів вербалізації концепту МОДА на матеріалі різних дискурсів з метою точнішого виявлення національної специфіки концептуальної реалізації цього концепту у відповідних лінгвокультурах.

#### *Література*

1. Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт / С.Г. Воркачев. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 236 с. 2. Карасик В.И. Антология концептов. Том 1 / В.И. Карасик, И.А. Стернин. – Волгоград : Парадигма, 2005. – 352 с. 3. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20. 4. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука / Е.С. Кубрякова // Вопросы языкоznания. 1994, № 4. – С. 34–47.
5. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения / О.А. Леонтович. – Волгоград, 2002. – 95 с. 6. Самотуга Е.А. Ключевые особенности дискурса глянцевых журналов / А.В. Полонский, Е.А. Самотуга // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – Серия Гуманитарные науки». – № 18 (89), – Вып. 7. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2010. – С. 227–235.

- 
- 
7. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2008. – 264 с. 8. Филлмор Ч. Об организации семантической информации в словаре: пер. с англ. / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1988. – С. 23–60. 9. Шевченко И.С. Дискурс как мыслекоммуникативное образование / И.С. Шевченко, Е.И. Морозова // Вестник ХНУ. – 2003. – № 586. – С. 33–38. 10. Evans V. Cognitive Linguistics. An Introduction / V. Evans, M. Green. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 2006. – 851 p. 11. Langacker R.W. Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar / R.W. Langacker. – N.Y. : Mouton de Gruyter, 1991. – 395 p. 12. Teun van Dijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach / Dijk van Teun. – London : Sage, 1998. – 384 p.

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

13. Collins Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.collinsdictionary.com/>. 14. Macmillan Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.macmillandictionary.com/>. 15. Merriam-Webster Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.merriam-webster.com/thesaurus/>. 16. Oxford Advanced Learner's Dictionary Online [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oxfordadvancedlearnersdictionary.com/>. 17. Slovari Yandex [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovari.yandex.ua> 18. Tolkslovar [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tolkslovar.ru/m6219.html> 19. Your Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yourdictionary.com/>

УДК 811.111'22'42 : 791.221

**РЕТРОСПЕКТИВА ТЕОРЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ  
ФЕНОМЕНА “ЗМІНИ КОДУ” У ЛІНГВІСТИЦІ**

**Ковалевська А.Ю. (Харків)**

**Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Легейда А.В.**

Це дослідження присвячене проблемі структурування ретроспективи всіх теоретичних підходів аналізу феномена «зміни коду» в лінгвістиці, що існували і існують на теперигній час. Метою цієї роботи було відстежити феномен «зміни коду» у різних типах дискурсу.

**Ключові слова:** альтернативний феномен «зміни коду», дискурс, жанри дискурсу, інтра-рівень, інтер-рівень, класичний феномен «зміни коду», мова, куди включають, мова, яку включають, прагмалінгвістика, феномен «зміни коду».

---

---

**Ковалевская А.Ю. Ретроспектива теоретических исследований феномена «смены кода» в лингвистике.** Это исследование посвящено проблеме структурирования ретроспективы всех существовавших и существующих теоретических подходов анализа феномена «смены кода» в лингвистике как такового. Целью этой работы было отследить феномен «смены кода» в разных типах дискурса.

**Ключевые слова:** альтернативный феномен «смены кода», дискурс, жанры дискурса, интра-уровень, интер-уровень, классический феномен «смены кода», прагмалингвистика, феномен «смены кода», язык, который включают, язык, куда включают.

**Kovalevskaia A.Y. Retrospective theoretical studies of the phenomenon “code switching” in linguistics.** The research focuses the problem of structuring a retrospective of all the theoretical approaches analyzing the phenomenon of “code switching” in linguistics that have been and are underway. The purpose of this study was to diachronically trace the phenomenon of “code switching” in cinema discourse.

**Key words:** alternational code switching, discourse, classical code switching, discourse genres, embedded language, intersentential codeswitching, intrasentential codeswitching, matrix language, the phenomenon of “code switching” pragmalinguistics.

Актуальність даного дослідження зумовлена зростаючою зацікавленістю вивчення мультимедійного дискурсу, а зокрема вивчення кінодискурса, який є мультимедійним та мультиmodalним, а також вивчення міждисциплінарних дисциплін, а саме взаємодії кінодискурсу і дискурсу художньої література, в даному випадку російської класичної літератури, представленої в англо-американській екранизаціях, є передовим напрямком у сучасній лінгвістиці. Об'єктом дослідження є дискурсивний феномен зміни коду в англомовному кінодискурсі, що представлений в англо-американських екранизаціях російської художньої літератури. Предметом дослідження є особливості реалізації, типологія, прояви феномена зміни коду в англомовному кінодискурсі, що представлений в англо-американських екранизаціях російської художньої літератури. Метою дослідження є простеження особливостей такого феномену як code switching, а саме зміна коду, при виробництві англо-американських екранизацій російської художньої літератури в кінодискурсі. Матеріалом дослідження слугували кілька фільмів класичної російської літератури, які стали предметом нашого розгляду, емпіричного, функціонального та інших видів аналізів (мовного, звукового, зорового). Методом дослідження обрано прагмалингвістичний, дискурсивний та соціолінгвістичний аналізи комунікативної поведінки. Наукова новизна даної тематики в тому, що проаналізовані дослідження феномена зміни коду вказують на те, що ця тема ще не була предметом окремого аналізу у кінодискурсі, що свідчить про недостатній ступінь її розробленості.

---

---

Зупинимося докладніше на ретроспективі поняття феномена “зміни коду” як такого. Прагмалінгвістика (лінгвістична прагматика) виділяється як галузь лінгвістичних досліджень, об’єктом яких є відношення між мовними одиницями і умовами їх вживання в певному комунікативно-прагматичному просторі, в якому взаємодіє [1, с. 7] «той, що пише, що говорить, і той, що слухає чи читає», і для характеристики якого важливі конкретні вказівки на місце і час їх мовної взаємодії, пов’язані з актом спілкування цілі і очікування.

З’являється поняття прагматики у пionерських роботах із семіотики, що ставили метою вивчення структури знакової ситуації в динамічному, процесуальному аспекті, включаючи і учасників цієї ситуації. Ч. У. Моріс [1, с. 74] виділив три розділи семіотики – синтаксики (чи синтаксису) опираючись на наступні міркування: синтаксики (а пізніше синтаксис) вивчає відношення між знаками у рамках однієї знакової системи чи однієї послідовності знаків, семантика займається відношенням між знаками та визначенням суб’єктом (десигнантом), прагматика вивчає відношення між знаком та його інтерпретатором, тобто відправником та одержувачем.

До початку 70-х років вивченням такого феномену як «зміна коду» нехтували та клеймували як «змішану чи нечітку мову, яка оформленена неправильно граматично, напівмовних промовців» [1, с. 157]. Така точка зору переважала, особливо після визначення У. Вайнрайха [9, с. 73], що ідеальний двомовець – це той, хто «замінює одну мову іншою згідно з відповідними замінами в процесі спілкування, але не в незмінному процесі спілкування, та точно не тільки в одному реченні».

Уже з початку 70-х низка вчених [2, с. 80] почали відзначати, що феномен «зміни коду» дуже розповсюджений в спілкуванні білінгвів. Крім того, дослідники прийшли до висновку, що цей феномен становить для них скоріше норму, ніж відхилення від норми.

Термін *зміна коду* відсилає нас до чергування двох чи більше мов, діалектів або до дискурсу між людьми, які володіють більш ніж двома мовами. Типово одна мова з двох є домінуючою; головну мову часто називають (*matrix language*), та другорядну мову – впровадженою мовою (*embedded language*). За Хогеном Е. [4, с. 40] феномен зміни коду «має місце, коли двомовець представляє повне уподібнення слів з іншої мови в його промову».

Дослідження *зміни коду* традиційно проводилися у межах трьох добре обґрунтованих парадигм: граматичної, функціональної та соціолінгвістичної. Граматична парадигма фокусується на структурному аспекті *code switching*, мета – це визначення синтаксичних і морфологічних характеристик будови речення зі зміною коду, функціональна має справу з прагматичним значенням та функціями зміни коду у дискурсі.

---

---

Соціолінгвістична досліджує взаємозв'язок зміни коду та соціальних чинників.

Існують два типи зміни коду: феномен зміни коду поза межами речення (intersentential codeswitching), та в межах (intrasentential codeswitching) [3, с. 110–115]. Феномен зміни коду поза межами речення позначає зміну коду в межах окремого дискурсу, між двома мовами, коли заміна відбувається після того, як речення, однією мовою, вже завершене повністю, а нове починається з оформлення у новій мові. Зміна коду в межах речення – відноситься до феномену зміни коду, в межах окремого дискурсу, між двома мовами, коли заміна відбувається у середині речення. Такий тип чергуванням був також названий *класичний* (*classical*) [6, с. 34] або *альтернаціональний* (*alternational*) CS [5, с. 56].

П. Мюскен запропонував теорію, що двомовці [7, с. 60] використовують три різні стратегії:

Таблиця 1

**Класифікація феномену «zmіни коду» за П. Мюскеном**

Стратегія чергування (Alternation strategy)	Конгруентна лексикалізація (Congruent lexicalization)	Вставка (Insertion)
де дві мови є відносно відокремлені одна від одної в реченні. В розташовані А-В (де А – мова до якої включають, В – мова, яку включають)	де дві мови мають спільну граматичну структурну, яка може бути заповнена лек- сичними елементами мови тої, яка грама- тично легша	передбачає влучення складової – зазвичай слова або фрази. В розташовані А-В-А (де А – мова до якої включають, В – мова, яку включають)

За Г. Валдес «двомовець» це термін, який охоплює мовців, які потрапляють у «двомовний діапазон», континум лінгвістичних здібностей та комунікативних стратегій [8, с. 76]. Зміна коду істотно відрізняється від запозичення (borrowing). Перспективою дослідження є простеження впливу феномена “zmіни коду” на побудування сучасного кінодискурсу.

**Література**

1. Моррис Ч.У. Основания теории знаков / Ч.У. Моррис // Семиотика : Антология [сост. Ю.С. Степанов]; изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Академический проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 45–97.
2. Barnes S.B. Computer-Mediated Communication : Human-to-Human Communication across the Internet / S.B. Barnes. – Boston : Allyn and Bacon, 2003. – 354 p.
3. Essien, Okon E. The English language

---

---

and code-mixing : A case study of the phenomenon in Ibibio / E. Essien. – A West African perspective. – P. 260–283 4. Haugen E. Bilingualism in the Americas / E. Haugen. – Montgomery : University of Alabama Press, 1956. – 130 p. 5. McConvell P. MIX-IN-UP : Aboriginal code-switching, old and new / P. McConvell // Code-switching : anthropological and sociolinguistic perspectives. – Berlin : Mouton de Gruyter, 1988. – P. 97–151. 6. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy : The Making of Typographic Man / M. McLuhan. – Toronto, Canada : University of Toronto Press, 1962. – 293 p. 7. Muysken P. Bilingual speech : A typology of code-mixing / P. Muysken. – Cambridge, UK and New York : Cambridge University Press, 2002. – 306 p. 8. Valde Пs G. Learning and not learning English : Latino students in American schools / G. Valde Пs. – New York : Teachers College Press, 2001. – 177 p. 9. Weinreich U. Language in contact / U. Weinreich. – New York : Linguistic Circle of New York, 1953. – 200 p.

УДК 811.111'42:070

## **ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ФЕНОМЕНІВ У ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ**

**Козєєва В.В. (Харків)  
Науковий керівник:  
докт. філол. наук, проф. Самохіна В.О.**

У статті проводиться аналіз трансформацій прецедентних феноменів у заголовках англомовних газет та журналів. Виявлено та систематизовано лексичні, граматичні та синтаксичні трансформації.

**Ключові слова:** інтертекстуальність, прецедентне висловлювання, прецедентне ім'я, прецедентний феномен.

**Козеева В.В. Трансформации прецедентных феноменов в заголовках англоязычных СМИ.** В статье проводится анализ трансформаций прецедентных феноменов в заголовках англоязычных газет и журналов. Выявлены и систематизированы лексические, грамматические и синтаксические трансформации.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, прецедентное высказывание, прецедентное имя, прецедентный феномен.

**Kozieieva V.V. Transformations of precedent phenomena in headlines of British and American media.** The article presents analysis of transformations of precedent phenomena in headlines of British and American media. Lexical, grammatical and syntactical transformations have been discovered and systematized.

**Key words:** intertextuality, precedent name, precedent phenomenon, precedent statement.

---

---

Актуальність дослідження обумовлюється його інтегративною спрямованістю щодо положень провідних лінгвістичних дисциплін – лінгвостилістики, лінгвокультурології, когнітивної лінгвістики – для дослідження трансформацій прецедентних феноменів у заголовках в руслі теорії інтертекстуальності на платформі антропоцентричної парадигми. Новизна роботи полягає у здійсненні комплексного дослідження прецедентних феноменів та їх трансформацій у заголовках англомовних ЗМІ. Об'єктом дослідження є прецедентні феномени у заголовках англомовних газетних та журнальних публікацій в Інтернеті. Предметом аналізу є специфіка мовного вираження та трансформації прецедентних феноменів у англомовних газетах та журналах в Інтернеті. Метою дослідження є виявлення закономірностей функціонування прецедентних феноменів у заголовках англомовних ЗМІ.

Як уважає В.О. Самохіна, “Теорія інтертекстуальності виникла, головним чином, у ході дослідження інтертекстуальних зв’язків у художній літературі. В дійсності сфери її існування набагато ширше: інтертекстуальність як вираження текстової відкритості в широкий дискурсивний простір притаманна всім словесним жанрам” [2, с. 284], у тому числі і мові ЗМІ.

Газети та журнали активно вибирають у себе постмодерністські тенденції, а саме, “цитатне письмо”, яке полягає в “інтелектуальній, емоційно-оцінній, формальній переробці “чужого” тексту-цитати, осмисленого та освоєного у системі культур, та повторне його використання у якості засобу номінації по відношенню до реальних ситуацій (осіб) при створенні медіа-тексту” [2, с. 109]. С. І. Сметаніна, детально досліджуючи особливості медіа-тексту у системі культури, активне використання прецедентних елементів у текстах ЗМІ пояснює потенційною можливістю таких одиниць інтелектуалізувати виклад, формувати нові смисли, своєрідно вводячи подію сучасного життя до загальноісторичного та культурного контексту [3, с. 123]. У зв’язку з цим, закономірно припустити, що заголовні комплекси, що містять прецедентний елемент, мають більше pragматичне навантаження, а їхній вплив на адресата та їхнє сприйняття адресатом відмінне від сприйняття заголовків, до структури яких не входить прецедентний феномен. Ідентифікація джерела інтертекстуальності передбачає володіння певною культурно-значимою інформацією та відповідними конотаціями.

Комуникативний намір заголовку публікації формується як на основі використання прецедентного феномену в канонічній формі, так і за допомогою різноманітних його трансформацій. Під трансформацією розуміють випадки явної перебудови прецедентного феномену, що є стилістичним прийомом (на відміну від випадків неточного, помилкового

---

---

цитування), з метою надання тексту особливих прагматичних ефектів [1, с. 86].

Аналіз заголовків англомовних ЗМІ показав, що адаптація прецедентного феномену до матеріалу публікації відбувається за допомогою лексичних, граматичних та синтаксичних трансформацій.

#### 1. Лексичні трансформації.

##### – Усічення:

“*What you can Do for your Country*” (The New York Times, 2013). У заголовку надана друга частина прецедентного висловлювання – слова з інавгураційної промови Дж. Кеннеді “Ask not what your country can do for you, but what you can do for your country”. У статті мова йдеється про кризу народжуваності в Австралії.

##### – Додавання лексичної одиниці:

“*For whom the Cow Bell Tolls*” (The Observer, 2013). Уведення додаткової лексичної одиниці до прецедентного висловлювання “*For whom the bell tolls*” (E. Hemingway) сприяє яскравості розповіді про сільське життя в Швейцарії.

##### – Заміна лексичної одиниці:

“*Scents and Sensibility*” (The Financial Times, 2013). У прикладі використовується назва роману Джейн Остін “*Sense and Sensibility*”. Прецедентне висловлювання у заголовку визнає лексичної трансформації з метою яскравіше донести повідомлення автора, що користуватися парфумами потрібно розсудливо. Співзвучність слів *scent* та *sense* підсилює ефект трансформації.

#### 2. Граматичні трансформації. Виявляємо такі різновиди:

##### – Уведення префіксу:

“*George Lucas to Produce First Post-Star Wars Film*” (The Daily Telegraph, 2009). Прецедентний феномен “*Star Wars*” трансформується шляхом додавання префіксу *post-*.

##### – Зміна форми предикату:

“*The Show Won't Go on, Ofcom is Warned*” (The Daily Telegraph, 2013). У заголовку відбувається заміна модального глаголу *must* на допоміжне дієслово майбутнього часу у заперечній формі *won't*.

##### – Заміна форми числа:

“*Gordons: Thousands of them*” (The Times, 2007). Ім'я прем'єр-міністра Великобританії Гордона Брауна (Gordon Brown) має форму множини.

##### – Заміна частини мови однієї з складових прецедентного феномену:

“*Silencing the Lambs*” (The Economist, 2013). Відбувається заміна іменника (пор.: назва фільму “*The Silence of the Lambs*”) на герундій.

##### – Заміна звичайного ступеню порівняння прикметника на вищий:

“*The Bigger Bang*” (The Economist, 2012). Пор.: The Big Bang – одна

---

---

з теорій про виникнення Землі. Прикметник *big* в указаному прецедентному висловлюванні має форму звичайного ступеню порівняння, в той час коли у заголовку відбувається його зміна на вищий.

3. Синтаксичні трансформації. У ході дослідження виокремлено:

– Трансформація у питальні конструкції:

“*So the Customer is Always Right? Wrong*” (Daily Mail, 2013). Прецедентне висловлювання “The customer is always right” перебудоване на питання, що, таким чином, підвищує діалогічність заголовку.

– Уведення чи вилучення заперечного модусу зі структури прецедентного феномену:

“*What Happens in Vegas Doesn't, Alas, Stay There*” (The Seattle Times, 2013). В основі прецедентного висловлювання перебуває вираз “What happens in Vegas, stays in Vegas”, який проголошує: на які б безумства та розгул не йшли гості Міста гріхів, про це ні в якому разі не повинні дізнатися друзі, родина, знайомі. Через повну контрадикцію автор статті розкриває значення прецедентного висловлювання в іншому ракурсі. Усі негативні наслідки життя великого центру розважальної та ігрової індустрії не залишаються в межах міста, а мають вплив на усю країну.

– Зміна типу синтаксичного зв’язку:

“*Monkey and Other Business*” (The Economist, 2013). Обігрується прецедентний феномен “monkey business”, який є ілюстрацією підрядного типу зв’язку. У заголовку відбувається його заміна на сурядний тип.

Таким чином, будь-який вид трансформації інтертекстуального знаку спричиняє семантичне зрушення, на основі якого з більшою яскравістю виражається предметна співвіднесеність заголовка та подальшої публікації. Автор пропонує читачу включитися у мовну гру, розраховуючи на його інтертекстуальну компетенцію. Проведений аналіз показав, що лексичні трансформації, а саме заміна лексичної одиниці, є найбільш частотним видом трансформацій, оскільки вони дозволяють адаптувати прецедентний феномен до матеріалу публікації, виразити авторську позицію та створити ефект новизни.

Перспективи дослідження полягають у порівняльному вивчені трансформацій прецедентних феноменів у заголовках української, британської та американської преси в Інтернеті з метою виявлення загальних та специфічних особливостей використання зазначених одиниць у ЗМІ цих країн.

#### Література

1. Боярских О.С. Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004–2007) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Боярских Оксана Сергеевна. –

---

---

Екатеринбург, 2008. – 231 с. 2. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія / В.О. Самохіна. – [Вид. 2-е, перероб. і доп.]. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 360 с. 3. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С.И. Сметанина. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 251 с.

*Джерела ілюстративного матеріалу*

1. Daily Mail [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dailymail.co.uk/>. 2. The Daily Telegraph [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/>. 3. The Economist [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economist.com/>. 4. The Financial Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ft.com/home/europe>. 5. The New York Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nytimes.com/>. 6. The Observer [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://observer.theguardian.com/>. 7. The Seattle Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://seattletimes.com/html/home/index.html>. 8. The Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/>

УДК 821-3:[391:7.041.6](091)

**ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК  
ВЕРБАЛІЗОВАНОГО ЕТАЛОНУ МОДИ**

**Корж О.С. (Харків)  
Науковий керівник:  
докт. філол. наук, проф. Шевченко І.С.**

Термін «moda» характеризує соціально унормовані стандарти життя та одягу, які вербально репрезентовані в художній літературі, а вербалізований еталон моди стає одним з найбільш частних елементів сучасного дискурсу.

**Ключові слова:** комунікативна поведінка, концептосфера, символи, симптоми, соціальна роль.

**Корж О.С. Историческое развитие вербализированного эталона моды.**  
Термин «moda» характеризует социально нормированные стандарты жизни и одежды, которые вербально представлены в художественной литературе, а вербализованный эталон моды становится одним из наиболее частных элементов современного дискурса.

**Ключевые слова:** коммуникативное поведение, концептосфера, символы, симптомы, социальная роль.

---

---

**Korzh O.S. The historical development of the verbalized fashion standard.**  
The term «fashion» describes social normalized standards of living and clothing, which are advertised in the literature verbally, and the verbalized fashion standard is becoming one of the most particular elements of the modern discourse.

**Keywords:** communications behavior, social role, sphere of concepts, symptoms, symbols.

Серед феноменів сучасності, що характеризуються найбільшим ступенем проникнення у найрізноманітніші сфери соціального та індивідуального буття людини, вагоме місце займає мода. Термін «мода» характеризує соціально унормовані стандарти життя та одягу, які вербально репрезентовані в художній літературі, а вербалізований еталон моди стає одним з найбільш частних елементів сучасного дискурсу. У цій роботі ставиться завдання комплексного вивчення еталонної моди в американській та британській літературі XIX – XXI століть.

Актуальність обраної проблеми визначається значною роллю вербалізованих еталонів моди як домінантних соціально-культурних стереотипів та нагальною необхідністю розкриття природи мовних засобів на позначення соціальних стереотипів моди та їх специфіки в англомовних дискурсах останніх трьох століть.

Об'єктом дослідження обрано лексичні одиниці англійської мови на позначення елементів одягу в текстах XIX – XXI століть.

Предметом дослідження є особливості лексичних засобів англійської мови на позначення моди як форми соціального символізму.

Мета дослідження полягає у моделюванні еволюції вербалізованого еталону моди шляхом визначення варіювання морфологічних та семантичних характеристик лексем – номінацій еталону моди в англомовному дискурсі XIX – XXI століть.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше схарактеризовано вербалізований еталон моди, утілений в англомовному дискурсі, з'ясовано ознаки моди як соціального символу та простежено іхні національно-культурні прояви, встановлено історичні трансформації вербалізованого еталону моди в менталітеті англійців останніх трьох століть.

Мода – це ознака комунікативної поведінки людини. Як зазначає Й.А. Стернін, «комунікативна поведінка людини – це поведінка в процесі спілкування, яка регулюється комунікативними нормами та традиціями, яких вона дотримується». Існує комунікативна поведінка особистості, соціальної, професійної, гендерної групи, а також національна комунікативна поведінка. Комунікативна поведінка особистості зберігає риси національної та групової поведінки, але містить й індивідуальні риси. Для неї характерні комунікативні норми – комунікативні правила, які є обов'язковими для виконання особистістю або суспільством, а також

---

---

комунікативні традиції – правила, що не обов’язково виконуються, але дотримуються більшістю людей. Одними з найважливіших факторів спілкування є фактор зовнішності та фактор дотримання комунікативної норми [5, с. 50].

Соціальна роль людини – це її соціальна функція, а комунікативна роль – це прийнятна для тієї чи іншої соціальної ролі комунікативна поведінка. Сукупність типових вербальних і невербальних, а іноді тих й інших сигналів, які впливають на ефективність спілкування, визначається як фактор спілкування. Описуючи невербалну комунікативну поведінку виникає певний зв’язок з невербалними сигналами – матеріальні дії тих, що спілкуються, включаючи дії з предметами, що несуть для співрозмовників фіксований, закріплений даною культурою смисл. Серед невербалних сигналів доцільно розрізняти симптоми, символи та знаки (власне невербалальні сигнали). Симптоми – невербалальні явища, що проявляються в діяльності людини позасвідомо, та що відображають психічний та фізичний стан учасника спілкування. Це загалом мімічні рухи та їх сполучання. Знаки або невербалальні сигнали мають певний знаковий смисл, стандартне значення, з метою його передачі співрозмовнику. Це можуть бути і знаки мови руху тіла (міміка, хода, постава), знаки відсутності говоріння (мовчання), знаки організації простору спілкування (проксемічні знаки).

Символи – прояв соціального символізму, що приписується соціуму конкретними предметами, діями. Соціальні символи безпосередньо не беруть участі в комунікації, але вони несуть комунікативно релевантну інформацію, тим самим включаючись в процес обміну інформацією між людьми. Прикладами невербалних символів можуть бути іномарка, норкова шуба, власна вілла – заможність, коротка стрижка – символ «крутості», довге волосся чоловіка – аристократична професія і таке інше. Отже зовнішність – це форма соціального символу [6, с. 90]. Н.І. Формановська каже про мову повсякденної поведінки так: «соціальний символізм – сукупність смислів (symbolічних значень), що приписуються діям, вчинкам, явищам та предметам оточуючої дійсності тією чи іншою лінгвокультурною, соціальною, віковою, гендерною спільністю» [7, с. 103].

Імідж дуже важливий прояв менталітету. Менталітет виступає як сукупність принципів здійснення суджень та оцінок. Менталітет, як і концептосфера, є ментальним явищем, яке доповнює національну картину світу, яка формується концептосферою. Концептосфера – це чисто розумова сфера, яка складається з концептів, які існують у вигляді розумових картинок, схем, понять, фреймів, сценаріїв, гештальтів (більш чи менш складних комплексних образів зовнішнього світу), абстрактних сутностей, що узагальнюють різноманітні ознаки зовнішнього світу.

---

---

А семантичний простір мови – це та частина концептосфери, яка отримала вираження за допомогою мовних знаків. Уся сукупність значень, що передаються мовними знаками даної мови, створює семантичний простір даної мови [2, с. 10].

XIX століття характеризується боротьбою різних напрямків. Це століття злетів і падінь, перелом у свідомості та культурі людства. У культурі, ідеології, філософії стверджується принцип реалізму. Від міфології і релігійного світосприйняття суспільство рухалося у бік утилітарного мислення та економічної вигоди. Разючі зміни в сприйнятті красивого і модного відбуваються в XIX столітті. У цей час еталонною стала аристократична краса та мода – тонка талія, біле обличчя, накрохмалені комірці та баски. Все природне, натуральне вважалося неприйнятним:

1) «*Sara Crewe: or, What happened at Miss Minchin's boarding school*», by *Burnett Frances Hodgson, 1888*: «Suppose there was a soft, deep rug, and this was a comfortable chair, all cushions and crimson velvet; and suppose I had a crimson velvet frock on, and a deep lace collar, like a child in a picture; and suppose all the rest of the room was furnished in lovely colors... »;

2) «*A Tale of the Great Dismal Swamp*», by *Harriet Beecher 1856*: «She stands there at her ironing-table, just outside her cottage door, singing gayly at her work. Her round, plump, childish form is shown to advantage by the trim blue basque, laced in front, over a chemisette of white linen».

Рубіж XIX – XX століть – час змін естетичних орієнтирів європейського суспільства, коли на зміну пануючому історизму XIX століття приходить новий стиль, що отримав назву модерн. Костюм цієї епохи відбив зміну ідеалів краси: змінювалися пропорції сукні, її конструкція і силует, що тягнали за собою зміни і у тканинах, що використовувалися, у самому матеріалі, так і в орнаментальному рішенні [1]:

1) «*He wore grayish tweeds, with a plaid wool shirt, an island of color and impudence in his general indefiniteness*», («*Gentleman's Agreement*», *Laura Hobson, 1947*).

Основою жіночого модного одягу на кожен день служили жакети, блузи, штани, які можна було комбінувати як завгодно, спідниці в складку – gathered skirt:

1) «*Your skirt can be straight, gored or pleated. Avoid the gathered skirt, it's treacherous, so are full petticoats*», («*The Dress Doctor*», by *Edith Head, Jane Kesner Ardmore, 1959*).

Масова мода в соціально значимому масштабі виникає в європейському суспільстві тільки в XX столітті, коли сформувалися такі фактори як: наукові розробки та технічні нововведення, промислова революція та масове потокове виробництво, посилення географічної та соціальної мобільності, зростання культурних контактів, урбанізація,

---

---

розвиток ЗМІ, транспорту, засобів зв'язку і т.д. У модернізованому суспільстві відбуваються значні зміни в економічних і політичних структурах і, що найважливіше, у життєвому світі кожного окремого індивіда. Суспільство стає більш рухливим і динамічним; прогресує стильова диференціація культури, тобто з'являється велика потреба можливостей вибору способів організації життя, життєвих стилів. Саме в таких умовах мода як соціокультурний феномен отримує нові можливості; вона виходить на якісно інший рівень і стає явищем індустріальним і масовим, вона має соціально-інформативний характер [3].

Дейктичні параметри вказують на роль, вік, статус, єдність або конfrontацію учасників мовленнєвого акту. Вони визначають часову або просторову локалізацію об'єктів висловлювання.

Дейктична функція номінацій невербальних компонентів в художньому дискурсі – це указання на головні референтні осі «я – тут – зараз» та «він – там – тоді» [7, с. 125–126].

Номінації невербальних компонентів можуть бути соціальними дейктиками, які вказують на соціальний статус, соціальну роль та відносини комунікантів:

1) *«The Knight of the Golden Melice», 1857, by John Turvill*: «I had rather mount guard, for a week, in steel helmet and corselet, with breast, back, culet, gorget, tasses, sword, musket and bandoliers, in the hottest sun that ever roasted a blackamoor, or stand up to my knees, six months, in snow, without my mandilion, than lie a day longer in that ace – I mean that kennel of a lock-up»;

2) *«Everyone who wore an epaulette visited M. Renault's laboratory; the Colonel of cuirassiers went there several times- in hopes of meeting Clementine»*, (*«The Man With The Broken Ear», Edmond, 1867*).

Номінації кінесичних компонентів комунікації виконують дейктичну функцію для позначення місцезнаходження людей та предметів:

1) *«A shawl collar comes over the shoulders. The Peter Pan, club, and Johnny collars are all small, round collars closing in front»*, (*«Fashion Fundamentals», by Bernice G. Chambers, 1947*);

2) *«The Ornithological Cafe», by Cheryl Pearl, 1990*: «The Maestro excuses himself to prepare for his entrance. Klimt, escorted by a bevy of women, lopes towards his balcony box. Marie stands beneath her portrait and removes her bodice, inviting comparison».

Функціональний підхід до номінацій невербальних знаків в англомовному художньому дискурсі дає ключ розуміння як когнітивної, так і комунікативної природи невербальних дій персонажів [4, с. 116].

Перспективою роботи є історичні трансформації вербалізованого еталону моди в менталітеті англійців та американців останніх трьох століть.

---

---

Мода є соціально-культурним символом, проявом комунікативної поведінки людини. Вербалізований еталон моди втілює ознаки національного менталітету епохи і зазнає істотних трансформацій в діахронії.

Номінації моди в дискурсі виконують інструментальні, прагматичні та онтологічні функції, серед останніх набільш важлива – дейктична, що вказує на соціальний статус, роль і відносини комунікантів.

#### Література

1. Зарисовки с натуры [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://alienordis.livejournal.com/27520.html>. 2. Попова З.Д. Язык и национальная картина мира / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж, 2003. – С. 10–11. 3. Родионова Д.Д. Роль и функции моды в презентации гендерной трансформации культуры эпохи постмодерна [Електронный ресурс] / Д.Д. Родионова. – Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/rol-i-funktsii-mody-v-reprezentatsii-gendernoi-transformatsii-kultury-epokhi-postmoderna#ixzz2w1bv6Qqx>. 4. Серякова И.И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках / И.И. Серякова. – Киев, 2012. – С. 116–132. 5. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж, 2001. – С. 50–51. 6. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж, 2001. – С. 90–92. 7. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура речи / Н.И. Формановская. – М. : Наука, 1989. – 123 с.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Corpus. Byu. Edu [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://corpus.byu.edu>.

УДК 811.111'42:004

## **ФЛІРТ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНОЇ ГРИ (на матеріалі віртуального дискурсу)**

**Крамаренко О.М. (Харків)**

**Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Матюхіна Ю.В.**

У статті представлено аналіз реалізації феномену мовної гри під час віртуальної комунікації з метою флірту. В роботі розглянуто граматичні, стилістичні, лексичні та прагматичні характеристики флірту в рамках віртуального дискурсу.

**Ключові слова:** віртуальний дискурс, мовна гра, фатична тональність, флірт, чат-комунікація.

---

---

**Крамаренко О.М. Флірт як один із способів реалізації языкової гри (на матеріалі виртуального дискурса).** В статье представлен анализ реализации феномена языковой игры во время виртуальной коммуникации с целью флирта. В работе рассмотрены грамматические, стилистические, лексические и прагматические характеристики флирта в рамках виртуального дискурса.

**Ключевые слова:** виртуальный дискурс, фатическая тональность, флирт, чат-коммуникация, языковая игра.

**Kramarenko O.M. Flirtation as one of the ways of language game realization (as exemplified in virtual discourse).** The article contains the analysis of realization of language game phenomenon during virtual communication with the aim of flirtation. The paper considers grammar, stylistic, lexical and pragmatic characteristics of flirtation as part of virtual discourse.

**Key words:** chat-communication, flirtation, language game, phatic tonality, virtual discourse.

В системі лінгвістичного знання сучасності не вгласає інтерес до феномену дискурсу, вчені активно його описують, аналізують системоутворюючі ознаки дискурсу, досліджують його типи, жанри, співвідношення дискурсу та тексту, дискурсу та діалогу, дискурсу та мовлення [3]. У зв'язку з тим, що останнім часом Інтернет технології все більш впевнено укорінюються в житті людини, актуальним в системі гуманітарних знань стає виділення та дослідження віртуального дискурсу, який функціонує в особливій електронній комунікативній сфері, що має складну організовану структуру [2]. Віртуальний дискурс, в свою чергу, представляє інтерес з точки зору його фатичності.

Актуальність роботи зумовлена зверненням до фатичної тональності віртуального дискурсу, її проявів та застосувань у процесі комунікації з метою флірту. Наукова новизна дослідження полягає у ретельному аналізі реалізації мовної гри під час флірт-комунікації у віртуальному дискурсі на граматичному, лексичному, стилістичному та прагматичному рівнях. Об'єктом дослідження обрано флірт-комунікацію в рамках віртуального дискурсу, її сутність і характеристики, комунікативні стратегії. Предметом дослідження є виявлення проявів мовної гри під час віртуальної флірт-комунікації з метою виконання її фатичної функції. Мета роботи полягає у виявленні домінуючих комунікативних проявів мовної гри як основного способу реалізації фатичної функції під час флірт-спілкування в рамках віртуального дискурсу.

Питання дискурсу не можна назвати вичерпно вивченим та дослідженим, адже складність самого феномену дискурсу призвела до появи великої кількості його трактовок, які розглядають дискурс з різних

---

---

точок зору. Віртуальний дискурс належить до низки видів дискурсу та представляє собою текст у ситуації спілкування на просторах Інтернет-середовища [1, с. 15]. Цей вид дискурсу потребує більш детального та поглибленого вивчення, адже він з'явився менше десятиріччя тому і постійно розвивається, тісно пов'язуючи себе з динамічними технологіями сучасності. Мережа Інтернет на даний момент займає провідне місце в системі людської комунікації, бо вона вже давно переросла у соціальний, психологічний та культурний феномен. Віртуальне середовище, так само як і будь-яке інше, суттєво відображається на усіх аспектах спілкування учасників комунікації. Якщо помістити текст в ситуацію спілкування у віртуальній дійсності, то він почне представляти собою віртуальний дискурс, який відрізняється від дискурсу об'єктивної реальності специфічним каналом зв'язку та низкою параметрів, які витікають з поняття віртуальної реальності. В цьому дослідженні під віртуальною реальністю слід розуміти вид символічної реальності, яку було створено на основі комп'ютерних та некомп'ютерних технологій та яка реалізує принцип зворотного зв'язку, тобто комунікативну (або інтерактивну) віртуальну реальність [7]. У свою чергу під символічною реальністю мається на увазі «простір людської уяви, в якому феномени (предмети та явища) матеріального світу виступають в якості спеціальних замінників – знаків та символів, за допомогою яких людина організує свою активність і через які здійснюється її взаємодія з іншими людьми та її природним середовищем» [6]. Інтернет-спілкування привело до нейтралізації найглибшої опозиції типів мовлення – усної та письмової і створило новий особливий тип – мовлення Інтернет-дискурсу. Віртуальний дискурс представляє собою процес створення тексту в сукупності з прагматичними, соціокультурними та психологічними факторами, одночасно будучи цілеспрямованою соціальною дією, яка включає взаємодію людей та механізми їх свідомості – когнітивні процеси [1]. Як наслідок усього вищезазначеного, реальний дискурс протиставляється віртуальному на основі наступних базових характеристик: «матеріальне» – «ідеальне», «локальне» – «глобальне», «фактичне» – «потенційне», «безумовне» – «умовне», «дійсне» – «фікціональне», «ідентифіковане» – «анонімне», «раціональне» – «емоціональне», «ієархічне» – «мозаїчне» [4]. Мовні особливості віртуального дискурсу загалом базуються на принципі економії зусиль обох учасників процесу комунікації – адресата та адресанта, а також на потребі передати неверbalні компоненти спілкування. Комунікативно-лінгвістичні особливості віртуального дискурсу, які стали об'єктами цього дослідження, пов'язані з домінуванням фатичної тональності в Інтернет-спілкуванні, адже за останні роки користувачі Мережі все частіше стали звертатися до Інтернет-ресурсів

---

---

саме з метою комунікації, а не пошуку та отримання інформації [8, с. 44]. Основним способом прояву домінування цієї тональності є мовна гра, яку застосовує майже кожен комунікант на Інтернет-ресурсах.

Мовна гра у віртуальному дискурсі відбувається не тільки в рамках мови (різноманітні граматичні, фонетичні, лексичні, стилістичні порушення норм), але й поширюється до більш високого рівню комунікації – пропонує експерименти зі змістом [5, с. 10]. Найкраще прослідити мовну гру можна у чат-комунікації з елементами флірту. Це пояснюється тим, що учасники такого типу спілкування почиваються більш вільними у виборі мовних засобів для самовираження. Тобто на суттєвість застосування мовної гри під час флірт-комунікації у чатах впливають такі фактори, як карнавальний характер спілкування, анонімність, буттєвість та інтерактивність.

За висновками, зробленими в результаті дослідження, до мовних особливостей віртуальної флірт-комунікації належать наступні:

- скорочення, абревіація, нечислове використання цифр: *BCU – be seeing you; 2G2B4G – too good to be forgotten; 2B4UQT – too busy for you, cutie; CUL8R – see you later; A3 – any place, anywhere, anytime; 143 – I love you; 2moz – tomorrow; 88 – hugs and kisses; 182 – I hate you; 10Q – thank you; 4ne – phone (1), (5)*.
- застосування графічної інформації (смайли, великі літери, повтори літер та розділових знаків):

<*MrPeabody*> you remind me about somebody SO MUUUCH!! (3)

<*Your\_own\_Juliette*> whaaaaaaaat? No way!!!! You'r kidding me!! (3)

<*wheely\_queen1969*> lol thats a VERY VERY old joke Marcos (3)

- граматичні та пунктуаційні порушення (опускання або скорочення дієслів-зв'язок, займенників, пропуск апострофу та інших розділових знаків):

<*Kronzy*> Hey gorgeous, how you doing today? (3)

<*Marcos*> send em to the rspca (3)

<*bad\_bed\_demon*> dunno bout the rest of us (3)

<*Miamiguy*> Hey good lookin', what's cookin'? (3)

<*anna-lee*> gunna boil it tomorrow for stock (3)

<*aj1980*> cos i aint getting any (3)

- фонетичне письмо:

<<*BradNotPitt*>>: Me want juice-juice! You pretty! Me like choo-train! (1)

Зі стилістичної точки зору віртуальна флірт-комунікація представляє інтерес завдяки експериментам зі стилями, до яких звертаються користувачі:

- комбінації офіційно-ділового та розмовного стилів:

<*MALE35*> may I know what do u do miss

---

---

<Lisa> i am a student, mister)

<MALE35> what course r u pursuing miss student

<Lisa> I intend to become a PR-manager (4)

- забарвлена лексика, слова зниженого реєстру: *hunni* – дорогенька; *lads* – пацани; *luv* – любонька; *peeps* – люди, народ; *baby* – крихітка; *cutie* – красунечка, любчик; *brat* – щеня; *dork* – лошара; *buddy* – друге; *pals* – чуваки; *smore* – солоденький; *brother* – братан; *cracker* – чувак; *fellas* – хлопці; *chick* – ціла (1), (5).

- жартівливий лад повідомлень, розповсюдженість іронії та сарказму:

<port> and let port kiss you

<port> proving your good looking

<words> im ugly so im safe (3)

<words> wheely\_queen1969: xxxxxx

<wheely\_queen1969> yay someone loves me finally lol

<words> who?

<words> im after your money (3)

Вибір користувачами комунікативних стратегій відбувається за декількома видами тактик. Вони можуть бути традиційними або орігінальними:

- Вибір користувачем ніку в якості маски для спілкування та форми звертання: <*ManOfSteel*>, <*GhostOfLemonpopsicle*>, <*King\_Ding\_A\_Ling*>, <*LastOfTheEnlgishRoses18*>; *hello, hi, hey, ahoy there, aloha, ciao, pip-pip, cheerio, holla, yo, wotcha* (2), (4).

Інші види тактик мають агресивне або провокаційне налаштування:

<*ChickenNoodleSoup*> Hey Elisabeth! you stole my heart!

<*Miss\_Elisabeth*> me?)

<*ChickenNoodleSoup*> yes you! i want it back!

<*Miss\_Elisabeth*> oops sorrrrry you may take it back;))

<*ChickenNoodleSoup*> no way! I'm still incomplete, now you must talk to me more! (3)

Ще одною розповсюдженою тактикою є самовихвалення та лестощі:

*Red Rose: I see... So what are you, stranger?*

*Mickey: i am a lawyer in a consulting firm;)*

*Red Rose: Oh your job sounds amazing!! (2)*

*PorscheGuy: I AM a charmer. I've never had anyone be my smore before.  
I hope it isn't too awkward.. Be gentle.. It's my first time.. ;-) kisses!*

*TilaTequila: I'll try and be as gentle as a bunny but I can't make any promises.*

*PorscheGuy: A bunny eh? Well.. Ok, I think we can make this work, but I'm going to need flowers, some candles, maybe poetry.. I'm not easy you know. I'm classy! kisses!*

---

---

*PorscheGuy: You're totally in love with me, I'm adorable! You kinda match though. We can bask in each other's awesomeness! I think this is gonna go well, yes? kisses!*

*TilaTequila: Well you are completely adorable. Its hard to deny the truth. And since we both talk in funny accents we will definitely mesh well (3)*

Усі ці характеристики флірт-комунікації застосовуються користувачами Мережі на трьох основних етапах віртуального флірту: початковому, основному та заключному. В залежності від успішності вибору мовних засобів та стратегії фатичний флірт може перейти у флірт-прелюдію та вийти за рамки віртуального середовища.

Перспективним вбачається вивчення особливостей флірт-комунікації в рамках віртуального дискурсу та порівняння особливостей прояву мовної гри у чат-комунікації в англомовному та російськомовному віртуальному дискурсах.

#### Література

1. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : 10.02.19 / Ахренова Наталья Александровна. – М., 2009. – 35 с.
2. Бергельсон М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации / М.Б. Бергельсон // Вестник Моск. ун-та. – 2002. – № 1. – Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – С. 55–67.
3. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / [під заг. ред. Шевченко І.С.]. – Харків : Константа, 2005. – 356 с.
4. Лутовинова О.В. Определение и характеристики виртуального дискурса / О.В. Лутовинова // Язык. Культура. Коммуникация. В 3 ч. – Ч. 3. – Волгоград : Волгоград : науч. изд-во, 2006. – С. 134–139.
5. Норман Б.Ю. Игра на границах языка / Б.Ю. Норман. – М. : Изд-во «Флинта», изд-во «Наука», 2006. – 242 с.
6. Речицкий В.В. Открытость информации как универсальное требование [Электронный ресурс] / В.В. Речицкий // Индекс. Досье на цензуру. – 2004. – № 20. – Режим доступа : <http://www.index.org.ru/journal/20/rechizki20.html>. – Загл. С экрана.
7. Розин В.М. Существование, реальность, виртуальная реальность / В.М. Розин // Концепция виртуальных миров и научное познание. – СПб. : РХГИ, 2000. – С. 56–74.
8. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М. : Изд-во «Икар», 2007. – 480 с.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу

1. CoolChat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uk.www.coolchat.com>.
2. EnterChatRoom [Електронний

---

---

ресурс]. – Режим доступу : <http://www.enterchatroom.com/american-chat-room.htm>. 3. ICQ-ЧАТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.icq.com/icqchat/chatroom.php?c\\_id=62](http://www.icq.com/icqchat/chatroom.php?c_id=62). 4. Teen-chat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.teen-chat.co.uk>. 5. UKChatters [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukchatters.co.uk>.

УДК 339.9:338.439.053.23

## **GERMAN LOANWORDS IN MODERN ENGLISH LANGUAGE**

**Крикова О.І. (Харків)**

**Науковий керівник:**

**канд. філол. наук, доц. Чорновол-Ткаченко О.А.**

This article is devoted to German loanwords in English language, one of the most numerous groups of loanwords. In the following their history and general reasons for their adoption are researched. The meanings of the most used loanwords are explained here.

**Key words:** adoption, English, German, influence, loanword.

**Крикова О.І. Германізми в сучасній англійській мові.** Подана стаття присвячена германізмам в сучасній англійській мові, одній з найбільш численних груп запозичень. У статті розглянуті основні причини, шляхи появи, та значення найбільш уживаних запозичень.

**Ключові слова:** англійська мова, вплив, германізм, запозичення, німецька мова.

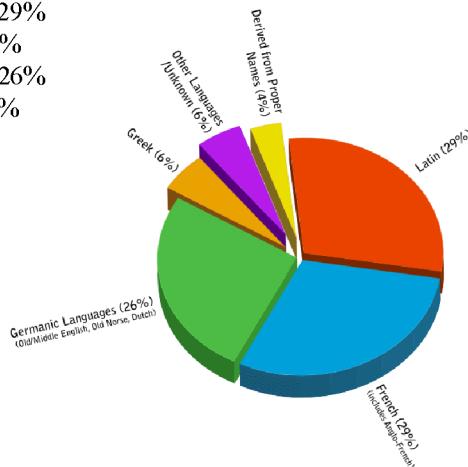
**Крыкова О.И. Германизмы в современном английском языке.** Данная статья посвящена германизмам в современном английском языке. Германизмы являются одной из наиболее множественных групп заимствований в языке. В статье рассматриваются значения, история, пути появления наиболее употребляемых слов.

**Ключевые слова:** английский язык, влияние, германизм, заимствование, немецкий язык.

Throughout history, English has borrowed words from other languages, through strong cultural links or historical events like the Norman Conquest in 1066, manifested linguistically through the adoption of Norman French vocabulary. It is also often the case that some cultures are more dominant than others in particular fields, and this dominance means that they shape the language in this area beyond their geographical borders [3]. According to

statistics, most of loanwords in English are borrowed from Latin and French (both c.a. 29%). There are also words borrowed from Germanic languages, including German(26%). But this kind of loanwords is not researched so deep compared with loanwords from other languages. The percentage of modern English words derived from each language group are as follows:

Latin (including words used only in scientific / medical / legal contexts): ~29%  
 French: ~29%  
 Germanic: ~26%  
 Others: ~16%



Pic. 1. The percentage of modern English words

English and German are both West Germanic languages. They appeared from one ancestor language. Sometimes it is hard to recognize which word is native and which is borrowed. Of all 6,010 words (the main part and the appendix) in German loanwords in English, 1,266 are to be classified as native German, which means 21%. But the most words, which we call German loanwords (or “germanisms”) appeared in English in XIX – XX centuries. It happened for a number of reasons like developments and discoveries in German-speaking nations, German cultural artefacts, especially food, which have spread to English-speaking nations and are often identified either by their original German names or by German-sounding English names, history of the XX century (World War I, II), influence through immigration[3]. German loanwords can be divided into 4 groups:

- 1) Words relating to politics and historical terms;
- 2) Academic terms;
- 3) Names of cultural artefacts;
- 4) Expressions in common language.

**Words relating to politics and historical terms.** There is no doubt that Germany played a huge role in the political life of the world. Two world wars

---

---

brought not even changes in the XX century but also changes in languages. English language wasn't exception. Especially during and after World War II (1939-1945), German words such as *blitzkrieg*, *anschluss*, *flak* and *Nazi* (short for *Nationalsozialist*) entered the English language [5].

**Academic terms.** During the end of the 19th Century and the beginning of the 20th Century German was one of the main languages used for scientific discourse. In the early part of the 20th Century it was necessary for many English students majoring in or involved with the sciences (e.g. chemistry) to study German in order to read scientific texts, which were mostly written in German. That is the reason why we have such loanwords as *Alzheimer's disease*, *Zeppelin*, *Doppler effect*, *aspirin* [2].

German was not only the language of medicine, physics and chemistry; it also was the language of psychology and philosophy. German psychologists' discoveries in this area were the most progressive. Freud and Jung wrote their original works in that language. No wonder that nowadays we have such terms as *angst* ("fear" – in English, a neurotic feeling of anxiety and depression), *doppelgänger*, *gestalt* [2].

If we talk about philosophy we can't forget Nietzsche and Schopenhauer who gave the English language words like *weltschmerz*, *übermensch*, *Sturm und Drang*, *zeitgeist*, and *schadenfreude*.

**Names of cultural artefacts.** This is one of the most numerous groups of German loanwords. Some of them are more obvious than others [3]. It is well-known *rucksack*, *biergarten*, *kindergarten*, *lager* [5]. Usually these words got in English-language world with the things they denote. For example: *kindergarten* literally "children's garden," from Kinder "children" (plural of Kind "child;" see kin (n.)) + Garten "garden" (see yard (n.1)). Coined in 1840 by German educator Friedrich Fröbel (1782-1852) in reference to his method of developing intelligence in young children [6].

In this group also included names of food and drinks: *Berliner weisse*, *braunschweiger*, *bratwurst*, *frankfurter*, *gummi bear*, *hamburger*, *kohlrabi*, *leberwurst*, *muesli*, *pilsener* (or *pils*), *pretzel*.

**Expressions in common language.** In this group we can find expressions which are frequently used in spoken English. Most of them have got to English through influence of immigration, but not even in XX century, also in XIX [2]. These words are: *fachidiot*, *gesundheit*, *kaffeeklatsch*, *kaput*, *kraft*, *verboten*, *wanderlust*, *wunderkind* [4, 5].

In conclusion, influence of German on English is more significant and deep than it seems to be from the first sight. These loanwords are widespread, but it is hard to find the real way and reason of it. German loanwords demand more attention and deep research, because this part of English is not researched as thoroughly as it should be.

---

---

### Literature

1. Foreign\_language\_influences\_in\_English [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://en.wikipedia.org/wiki/Foreign\\_language\\_influences\\_in\\_English](http://en.wikipedia.org/wiki/Foreign_language_influences_in_English) 4.German Loan Words in English [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://german.about.com/library/blvoc\\_gerloan2.htm](http://german.about.com/library/blvoc_gerloan2.htm) 5.German loan words in the English language [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://blog.oxforddictionaries.com/2012/08/german-loanwords/> 6. German Words Used in English [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.brighthubeducation.com/learning-german/53651-english-words-with-german-roots/> 7. List of GermanWords [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_German\\_expressions\\_in\\_English](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_German_expressions_in_English) 8. Online etymology dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.etymonline.com>

УДК 811.112.2'42

## **ФУНКЦІОNUВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛИХ ФОРМ**

**Кулигіна С.В. (Харків)**

**Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Оніщенко Н.А.**

У даний статті наведені висновки дослідження, проведеного в рамках написання дипломного проекту на тему гендерних стереотипів в німецькомовних та україномовних анекдотах, а також результати опитування студентів двох університетів щодо їх відношення до стереотипних образів типового чоловіка та жінки відповідної країни, які були викримлені на основі аналізу ілюстрованого матеріалу.

**Ключові слова:** анекдот, гендерний стереотип, соціальні норми, стать, типовий образ, характерні риси.

**Кулигина С.В. Функционирование гендерных стереотипов в немецкоязычных и украиноязычных текстах малых форм.** В данной статье приведены выводы исследования, проведенного в рамках написания дипломного проекта на тему гендерных стереотипов в немецкоязычных и украиноязычных анекдотах, а также результаты опроса студентов двух университетов касательно их отношения к стереотипным образам типичного мужчины и женщины, которые были выделены на основе анализа иллюстрированного материала.

**Ключевые слова:** анекдот, гендерный стереотип, пол, социальные нормы, типичный образ, характерные черты.

---

---

**Kulygina S.V. Gender Stereotypes in German and Ukrainian Small Form Texts.** This article presents the conclusions of a study conducted as part of the thesis project on gender stereotypes in German and Ukrainian jokes; and the results of a survey conducted in two universities concerning the students' relevance to the stereotypical images of typical men and women which were distinguished on the basis of the illustrated material.

**Key words:** gender, gender stereotype, joke, outstanding characteristics, social norms, typical image.

Актуальність роботи полягає у дослідженні питання гендерних стереотипів на прикладі текстів, що знаходяться близько до народу країни і тому найкраще висвітлюють його уявлення та вірування, для того, щоб краще розуміти відносини між чоловіками та жінками. Об'єктом дослідження є тексти німецькомовних анекдотів, які містять у собі гендерні стереотипи. Предметом дослідження є гендерні стереотипи в анекдотах, які репрезентують уявлення німців про обидві статі. Мета цієї роботи полягає у дослідженні гендерних стереотипів в німецькомовних текстах малих форм. Ціль роботи зумовлює виконання наступних завдань: з'ясувати специфіку та вплив стереотипів на свідомість людей; виявити та виділити певні гендерні стереотипи у німецькомовних анекдотах; встановити специфіку їх функціонування; виявити образи типової німецької жінки та типового німецького чоловіка.

Поняття гендеру ввійшло в науку для того, щоб провести межу між поняттям біологічної статі (*sexus*) та соціальними й культурними вкрапленнями, що ми вкладаємо в концепти чоловіче-жіноче: розподіл ролей, культурні традиції, здійснення влади у зв'язку зі статтю людей. Термін «гендер» покликаний виключити так званий біологічний детермінізм, який вкладений у поняття *sexus* і який вбачає усі соціокультурні відмінності, пов'язані зі статтю, результатом дії універсальних природних факторів.

На відміну від категорії *sexus* гендерний статус, гендерна ієрархія і гендерно зумовлені моделі поведінки задаються не природою, а «будуються» суспільством, пропонуються соціальними інститутами та культурними традиціями. Гендерні відносини є важливим аспектом соціальної організації суспільства. Вони особливим чином відзеркалюють її системні характеристики та структурують відносини між суб'єктами, що знаходяться на стадії комунікації [2].

Поняття гендеру являє собою сукупність певних соціальних норм, які за думкою суспільства мають виконувати жінки й чоловіки. Це поняття міцно увійшло в сучасну науку та стало предметом дослідження не одного вченого, особливо це стосується представників феміністської лінгвістики,

---

---

які досліджують відображення статевих відмінностей у соціальному мовному контекстах.

Саме через те, що гендер є компонентом як колективної, так і індивідуальної свідомості, його необхідно вивчати не тільки в мовній поведінці індивідів, які визнають себе особами певної статі та тими, що зазнають певного тиску через структури мови, які відображають суспільне бачення гендеру, а й як когнітивний феномен, що виявляється у стереотипах, зафікованих у мові [2, с. 21].

Стереотипи є перебільшеними сталими уявленнями певної соціальної групи, які несуть у собі два типи характеру. З одного боку, стереотипи дають узагальнену картину чи характеристику певного явища, яке на думку більшості у кожному своєму прояві буде саме таким, а не іншим. Мати завжди одну думку щодо окремих випадків одного конкретного чи тим більш абстрактного явища не є завжди вірним вибором. З іншого ж боку, стереотипи дають спрощене та мінімізоване уявлення про те чи інше питання, звільняючи людину від необхідності пізнавати цей великий соціальний світ, тим самим інтригуючи її пізнавальні можливості. Стереотипи можуть стосуватися різних питань: віку (*В усіх дітей чиста душа*), національності (*Англійці – консервативні та педантичні*), релігії (*Мусульмани – фанатики*), професії (*Адвокати – шахраї*), географічних характеристик (*Життя в невеликих містах безпечніше ніж у мегаполісах*), речових характеристик (*Німецькі автомобілі – найякісніші*), статі (*Покликання жінки – бути матір'ю та дружиною*) та інші [1].

Слід зазначити, що у тут йдеться про гендерні стереотипи, які формуються в людей з самого дитинства. Вони являють собою певні уявлення про соціальні ролі чоловіка й жінки в соціумі та мають форму так званих картинок, які потім можуть приймати вербалізовану форму [3]. Стереотипи мають досить стійкий вплив на свідомість людей, адже вони є віддзеркаленням колективних уявень, завдяки яким у великий мірі відбувається формування особистості [4]. Особливо чітко стереотипи, у тому числі гендерні, виявлені в текстах малих форм, а саме анекдотах. Невеликий обсяг тексту та сама функція анекдоту дозволяють швидко й чітко помітити той чи інший стереотип, на якому акцентовано увагу в тексті; до того ж у великій кількості анекдотів головна суть проблеми лежить саме в одному зі стереотипних уявлень. Анекдот є чи не найкращим об'єктом дослідження гендерних стереотипів, адже його форма, функції та експресивність сприяють виокремленню найяскравіших рис гендерного питання; анекдот забезпечує зображення відносно актуального на той чи інший час змісту; автори більшості анекдотів залишаються невідомими, тому у випадку з такими текстами можна казати про здобутки саме народної творчості.

---

---

Проведений аналіз прикладів німецькомовних анекдотів виявив найхарактерніші уявлення про типового німецького чоловіка та типову німецьку жінку. Відповідно до них німецькі жінки прагнуть вийти заміж, незадоволені своїми чоловіками, вимагають від них багато грошей (*Liebes Finazamt, meine Frau ist eine außerordentliche Belastung. Wann und wo kann ich sie absetzen?* [7]), повинні займатися тільки хатніми справами (*Wieviele Männer braucht man um ein Klo zu putzen? – Keinen, das ist Frauenarbeit.* [9]), не вміють паркуватися і водити автомобіль (*Er: Hast Du den Wagen in die Garage gefahren? Sie: „Na ja, zumindest die wichtigsten Teile...“* [11]), занадто багато розмовляють (*Fritz hat mal 2 Jahre nicht mit seiner Frau gesprochen. Er wollte sie nicht unterbrechen!* [10]), не дуже красиво виглядають (*Treffen sich Frieda und Erna. Sagt die eine: „Hast Du schon gehört. Es gibt jetzt auch Viagra für verheiratete Männer.“ Sagt die andere: „Wie geht denn das?“ Antwortet die erste: „Macht abends eine Stunde blind.“* [8]), не дуже розумні і взагалі не мають ні на що прав (*Warum können Frauen keinen Boxkampf gewinnen? – Weil sie keine Rechte haben!* [6]). А от чоловіки, навпаки, негативно ставляться до ідеї шлюбу, а якщо одружені, то намагаються здихатися від жінки чи просто глузують з неї (*Frauen sind wie Krawatten: Man wählt sie meistens bei schlechter Beleuchtung, und dann hat man sie am Hals.* [9]), неодноразово зраджують її (*Warum können 50% aller verheirateten Männer nach dem Geschlechtsverkehr nicht einschlafen? – Weil sie noch nach Hause fahren müssen.* [7]), мають керувати життям жінки, але при цьому вони не надто розумні (*Warum bricht eine Mauer zusammen, wenn sich ein Mann daran lehnt? – Der Klügere gibt nach.* [12]) і їм подобається розповідати друзям про все, що котиться в їхньому приватному житті. Звичайно треба пам'ятати, що стереотип – це лише мінімізоване, типізоване уявлення, що склалося в колективній свідомості. Адже кожна людина індивідуальна і не можна порівнювати всіх на прикладі одного.

Що стосується україномовних анекдотів, то судячи з прикладів можна стверджувати, що типова жінка з точки зору українського суспільства не може похвалитися високими розумовими здібностями (*Подруга запитує блондинку: – Чого така сумна? – В посольстві анкету не прийняли для візи. – Чому? – В самому кінці в рядку «Не заповнювати» я написала «Добре».* [4]), погано й небезпечно водити автомобіль (*Жінка за кермом – що зірка в небі: ти її бачиш, а вона тебе ні.* [1]), завжди думає про чоловіка як про кандидата на заміжжя (*Люди рідко хочуть одружуватися. Переважно вони хочуть заміж.* [3]), не має хисту до готовання смачної їжі (*– А пам'ятаєте, як ми у дитинстві пісок з водою змішували і називали це каша-малаша? – Більшість дівчат до сих пір так готують.* [4]), занадто балакуча (*– Лютий – найкращий місяць. – Чому це ти так*

---

---

*вважаси? – Бо моя дружина розмовляє в цьому місяці найменше, адже він коротший за інші. [5])* й охоча до грошей (*Моя дружина, як мобільний телефон, коли закінчуються гроші, вона зі мною не розмовляє. [5]*). Дивним здався той факт, що в проаналізованих анекдотах була присутня мала кількість відображення типових чоловічих рис, які складають основу гендерних стереотипів про чоловічу стать. Чітко можна виокремити анекдоти, в яких висміюється схильність чоловіків до пияцтва (*На прийомі у кардіолога. – Сидоров, скільки пива ви випиваєте щодня? – Чотири пляшки. – Як чотири?! Я ж лише дві дозволив! – Ще дві дозволив терапевт. [4]*), певна їх підпорядкованість жінці або дружині (*Жінка каже чоловікові: – Звичайно, в тебе повинна бути своя думка, і зараз я її тобі розкажу... [5]*) та факт зради з її боку (*Бізнесмен приходить увечері з роботи додому, сідає в крісло, дістасє свій записник і ставить галочку – банківський борг погашений. Жінка з кухні: – Коля, я тобі сьогодні зрадила. Бізнесмен ставить другу галку – подружній борг погашений. [2]*). У своїй більшості анекдотів відображають негативні стереотипи відносно жіночої статі, та суперечать позитивним стереотипам відносно чоловіків, які зображені у останніх як незалежних, домінуючих, самодостатніх та ін.

Згідно із результатами проведеного мною опитування в двох університетах, я дійшла висновку, що деякі із стереотипів, виявлені в процесі аналізу німецькомовних та україномовних анекдотів втрачають свою актуальність серед молоді. Інші, навпаки, підтримуються більшою кількістю опитаних студентів.

У висновку слід зазначити, що декотрі виокремлені гендерні стереотипи у німецькомовних та україномовних анекдотах виявилися схожими, інші різнилися, але сама їх наявність у цих «народних» текстах свідчить про глибоке укорінення гендерних стереотипів у свідомості людей. Та ті стереотипи, які відображаються в анекдотах і просто живому мовленні, не завжди знаходять відгук у молоді. Тобто я можу допустити, що деякі з них вже втрачають свою актуальність, інші, можливо, були створені штучно тими ж анекдотами, іншими творами, різноманітними видами реклами тощо. Незважаючи на обґрунтованість або необґрунтованість, істинність або хибність стереотипів, всі вони є невід'ємним елементом будь-якої культури і вже самим фактом свого існування впливають на психологію і поведінку людей, на їх свідомість і міжнаціональні контакти. Та наскільки небезпечним може виявитися слідування хибним чи навіть й істинним стереотипам у стосунках між людьми? Необхідно завжди чітко розуміти, що той чи інший стереотип не охоплює усе людство, тому не слід зневажати білявок, чи боятися їхати у машині, якою керує жінка, адже кожна людина унікальна, і робити висновок судячи зі стереотипів – не найкращий вибір.

---

---

Перспективою роботи є детальніший аналіз гендерного питання в анекдотах з метою більш глибокого вивчення відносин між статями у сьогоднішньому світі.

Literatura

1. БІБЛІОТЕКА «ПСИ-ФАКТОРА» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн. : [www.psyfactor.org](http://www.psyfactor.org). 2. Кирилина А.В. Гендер. Лингвистические аспекты : монография / А.В. Кирилина. – Москва, 1995. – 155 с. 3. Манзуллина З.А. Языковая категоризация гендерных стереотипов: сопоставительный аспект (на материале русского и французского языков) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / З.А. Манзуллина. – Уфа, 2005. – 179 с. 4. Словарь гендерных терминов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.owl.ru/gender](http://www.owl.ru/gender).

Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Анекдоти найкраще [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.anekdotu.org.ua/tag/zrada](http://www.anekdotu.org.ua/tag/zrada). 2. Анекдоти українською [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.anekdot.if.ua/category/zhinky-choloviky/](http://www.anekdot.if.ua/category/zhinky-choloviky/). 3. Волинь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.volyn.com.ua/printver.php?rub=21&article=2&arch=1545](http://www.volyn.com.ua/printver.php?rub=21&article=2&arch=1545). 4. Все для жінок [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.forgirl.org.ua/category/anekdoty/](http://www.forgirl.org.ua/category/anekdoty/). 5. Румбам бар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rumbambar.com.ua/view\\_cat.php?cat=pro-cholovika-ta-drugynu](http://www.rumbambar.com.ua/view_cat.php?cat=pro-cholovika-ta-drugynu). 6. Lustisch [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lustich.de](http://www.lustich.de). 7. rb.ru. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rb.ru](http://www.rb.ru). 8. Wirklich witzige Witze [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.witze.es](http://www.witze.es). 9. Witze [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.witze.net](http://www.witze.net). 10. Witze [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.humor.li](http://www.humor.li). 11. Witze [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.spitzenwitze.de](http://www.spitzenwitze.de). 12. Witze, Witze, Witze! [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.witzcharts.de](http://www.witzcharts.de).

УДК 811.111'42

## ОЦІНКА У ФОКУСІ АНГЛОМОВНОГО ЖАРТУ

**Куліш Д.О. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Самохіна В.О.**

В статті розглядається категорія оцінки, її структура, роль та вираження в гуморі. Досліджуються типи – експліцитний та імпліцитний, а також засоби їх вираження на прикладах англомовних жартів.

**Ключові слова:** експліцитна оцінка, жарт, імпліцитна оцінка, категорія оцінки, оцінка в гуморі.

---

---

**Кулиш Д.А. Оценка в фокусе англоязычной шутки.** В статье рассматривается категория оценки, ее структура, роль и выражение в юморе. Изучаются типы – эксплицитный и имплицитный, а также средства ее выражения на примерах англоязычных шуток.

**Ключевые слова:** имплицитная оценка, категория оценки, оценка в юморе, шутка, эксплицитная оценка.

**Kulish D.O. Evaluation in the focus of the British and American joke.** The article treats the category of evaluation, its structure, role and implementation in humour. Its types, explicit and implicit, are studied along with means of its expression in British and American jokes.

**Key words:** category of evaluation, evaluation in humour, explicit evaluation, implicit evaluation, joke.

Оцінна діяльність людини представлена в різнопланових наукових роботах. Дослідники по-різному підходять до сутності поняття „оцінка” в філософському, логічному, психологічному та лінгвістичному планах. Цьому сприяє зокрема процес виникнення оцінки, під час якого те чи інше явище потрібно не лише сприймати, а й співвідносити з відповідною картиною світу чи особистими поглядами суб’єкта, що проходять крізь його призму розуміння і почуття, та в результаті класифікувати.

Актуальність статті зумовлено підвищеннем зацікавленості у теорії комунікації і оцінці як одному з компонентів мовленнєвого акту, а також нагальною потребою визначення ролі оцінних явищ у гуморі, та необхідністю систематизації досліджень категорії оцінки в сучасній науці. Оцінка є антропоцентричним поняттям, „оцінюється те, що потрібно людині, в оцінку входить сама людина” [3, с. 35]. Наукова новизна полягає в досліженні ролі оцінки в гуморі, засобів її імплементації, типів та лінгвістичної значимості.

Об’єктом дослідження є англомовні жарти, предметом – механізми реалізації оцінковання, категорія оцінки, її роль та вираження в гуморі. Метою роботи є дослідження категорії „оцінка”, її вербалізаторів, засобів імпlicitного та експlicitного вираження в жартах.

Оцінка – це кваліфікація дійсності відповідно до певної норми за ознакою „добре/погано” [2, с. 16], вираженого сукупністю різnorівневих мовних одиниць, що об’єднані оцінкою семантикою і виражають позитивне чи негативне ставлення автора до змісту мовлення [4, с. 7]. Категорія „оцінка”, спираючись на позамовне поняття „оцінки”, знаходить своє вираження в семантичному аспекті лексики, в синтаксичному устрої, в морфологічному оформленні деяких слів, тому її можна вважати поняттійною. Категорія оцінки, безсумнівно, є мовою категорією. Крім того, дана категорія є ментальною. Оцінка – це категорія також

---

---

прагматична, оскільки вона виражає ставлення до об'єкта та когнітивна, адже в її структурі лежать різні ментальні операції. Структура оцінного значення включає в себе суб'єкт, об'єкт, предмет і підставу оцінки (або її критерій). У мові оцінка реалізується на різних мовних рівнях [1, с. 52–53]. Фрейм створення оцінки включає три так званих „вбудованих” фрейми – адресанта (суб'єкта), адресата (об'єкта) та власне оцінний фрейм, кожен з них має вершинні вузли – термінали [3].

Оцінність виступає джерелом комічного. Перлоутинний ефект досягається за допомогою правильної організації мовних засобів, тобто оцінку можна виразити експліцитно, тому у жарті часто використовуються емоційно та експресивно забарвлени мовні одиниці. Виділяються також такі речення, де немає жодного експліцитно вираженого оцінного засобу, але в цілому речення носить імпліцитний оцінний характер [4, с. 11]. Перлоутця визначає використання адресантом цілого ряду різноманітних експліцитних мовних засобів. На основі складеної В.О. Самохіною та В.П. Кривенком класифікації характерних видів засобів, за яких есплікується оцінка в гуморі [4, с. 11], можна виділити такі засоби (у якості прикладів наведено сучасні англомовні жарти):

1. Концептуальні бленди: “*Titanic*” is unsinkable afterall! [2]. У цьому прикладі змішано два базових значення концепту – корабель та оскарносний фільм, де як „такий, що не можна потопити” оцінюється саме другий.
2. Лексичні бленди: *Have you heard the one about the rhubarb who robbed a shop? He got taken into custard* [2]. Створюється бленд слів *custard* (солодкий крем) та *custody* (ув'язнення), що сприймаються аксіологічно рівноцінними в цій гумористичній ситуації.
3. Синтаксичні бленди: *Better late than an apple a day* [2]. Змішуються два фразеологічні звороти – *better late than never* та *an apple a day keeps a doctor away*.
4. Малапропізми: *Texas has a lot of electrical votes* [2]. Оцінне значення побудовано на малапропізмі *electrical*, що вжите замість слова *electoral*.
5. Фонетичний взаємовплив двох слів: *Which day of the week do fish hate? Fry-Day* [3]. *Friday* (п'ятниця) під впливом фонетичної схожості зі словом *to fry* (смажити) створює оцінне значення – день смаження оцінюється як ненависний для риби.
6. Спунеризми: *In New York Harbor, my uncle supervises bug totes* [3]. Через переставлення початкових звуків у словах *tug boats* (лодки на буксиру) з'являється фраза *bug totes* (комашині біги), що допомагає побачити комічну оцінку роботи об'єкта жарту.
7. Лексичне протиставлення: *Men say the smartest things when they start the sentence with “A woman once told me...”* [3]. У жарті дається оцінка

---

---

висловлюванням чоловіків загалом, що виражається у протиставленні сполучень слів *men say* та *a woman told*.

8. Трансформовані вислови: *A poster read: "God is dead" – Nietzsche. The graffiti underneath read: "Nietzsche is dead" – God* [3]. Задля створення негативної оцінки використано трансформований вислів “*Nietzsche is dead*”, що утворено від відомої цитати самого філософа.

9. Словотворче балагурство: *What are the three fastest means of communication? Internet. Telephone. Telawoman!* [2]. За допомогою цього прийому комічний ефект викликає оцінка жінок як пліткарок.

10. Техніка замішуваних утворень: *Which famous film director wiles his hours away on peer to peer websites? Quentin Tarantino* [1]. *Torrent* – це тип вебсайтів для безкоштовного обміну контентом між користувачами; завдяки трансформації прізвища *Tarantino* у *Torrent-tino* спостерігаємо негативну оцінку такої діяльності режисера.

11. Гра слів: *There was a man who entered a local paper's pun contest. He sent in ten different puns, in the hope that at least one of the puns would win. Unfortunately, no pun in ten won* [1]. Оцінка створена за допомогою гри слів у останньому реченні, комічний ефект викликано тим, що жарт побудовано навколо ситуації про гру слів – каламбур.

12. Слова, що втратили свій первісний зміст: *I said to the Gym instructor, "Can you teach me to do the splits?" He said, "How flexible are you?" I said, "I can't make Tuesdays"* [1]. Слово *flexible* у цій ситуації втрачає своє первинне значення (гнучкий) та розіннюється суб'єктом анекdotу у сенсі можливості виділення часу, адаптації до розкладу.

13. Двозначність: *Two aerials meet on a roof, fall in love, get married. The ceremony was rubbish – but the reception was brilliant* [1]. Гарна оцінка дається слову *reception*, комічне ґрунтуються на полісемії цього слова – святкування весілля та прийом антен.

14. Амбівалентність: *A linguistics professor was lecturing to his English class one day. "In English," he said, "A double negative forms a positive. In some languages, though, such as Russian, a double negative is still a negative. However, there is no language wherein a double positive can form a negative." A voice from the back of the room piped up, "Yeah, right."* [3]. У цьому прикладі ми бачимо оцінне судження незгоди (*yeah, right*), що за словами професора з анекdotу мало б виражати позитивне речення, проте у реальності формує негативне.

15. Перебільшення: *I was having dinner with Garry Kasparov (world chess champion) and there was a check tablecloth. It took him two hours to pass me the salt* [1]. Аксіологічне значення виражається гіперболізацією часу, воно ж викликає сміх.

16. Оцінка з натяком: *Q: Doctor, before you performed the autopsy, did*

---

---

*you check for a pulse? A: No. Q: Did you check for blood pressure? A: No. Q: Did you check for breathing? A: No. Q: So, then it is possible that the patient was alive when you began the autopsy? A: No. Q: How can you be so sure, Doctor? A: Because his brain was sitting on my desk in a jar. Q: But could the patient have still been alive, nevertheless? A: Yes, it is possible that he could have been alive and practicing law somewhere* [3]. Одним об'єктом жарту дається оцінка іншого, він натякає на те, що у нього немає мозку, порівнюючи зі своїм пацієнтом.

Окрім експліцитних оцінок виділяються такі речення, що носять імпліцитний оцінний характер за рахунок оточуючого його контексту, тобто оцінка будується за допомогою вживання автологічного стилю. Подібні речення займають особливе місце серед оцінних висловлювань, це „квазіоцінні” висловлювання, виражені не буквально, імпліцитним змістом описового контексту. У анекдоті *“All of us could take a lesson from the weather. It pays no attention to criticism”* [2] немає прямої оцінки погоди, вона імплікується з висловлювання, що погода не приділяє увагу критиці, тобто оцінюється адресантом, як погана, і саме цим викликано комічний ефект жарту.

За Н.Д. Арутюновою, „здатність і потреба людини надавати своїм висловлюванням різне „модальне аранжування” є однією з найбільш характерних особливостей природної людської мови” [1, с. 53].

У висновку можна відзначити, що „оцінка” є дуже важливою категорією, що вивчається багатьма галузями науки, зокрема лінгвістикою. Вона має власний фрейм створення та структуру і позначає певну кваліфікацію дійсності відповідно до прийнятого стандарту. У гуморі оцінка відіграє важливу роль, оскільки породжує комічний ефект, що може проявлятися експліцитно чи імпліцитно. Засобами експліцитного вираження є: концептуальні, лексичні та синтаксичні бленди; малапропізми; фонетичний взаємоплив; спунеризми; лексичне протиставлення; трансформовані вислови; словотворче балагурство; техніка заміщуваних утворень; гра слів; слова, що втратили свій первісний зміст; двозначність; амбівалентність; перебільшення. Імпліцитні оцінки є квазіоцінними висловлюваннями, виражені змістом контексту. Потреба створення оцінок є характерною для людини, відбиває її сутність. Перспективу вбачаємо у детальному вивченні та систематизації функціонування оцінних значень у гуморі.

#### Література

1. Арутюнова Н.Д. Речеповеденческие акты в зеркале чужой речи / Н.Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. – М. : Наука, 1992. – С. 52–56. 2. Карасик В.И.

---

---

Языковая матрица культуры / В.И. Карасик. – М. : Гнозис, 2013. – 320 с. 3. Катермина В.В. Оценочные номинации в художественном тексте / В.В. Катермина // Герменевтический круг : текст – смысл – интерпретация [текст]: сборник научных статей / отв. ред. И.П. Черкасова. – Армавир : РИЦ АГПА, 2011. – С. 32–37. 4. Самохіна В.О. Оцінка у фокусі функціонально-комунікативної парадигми / В.О. Самохіна, В.П. Кривенко // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – 2013. – № 1071. – С. 6–13.

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

1. Funny Jokes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.funny.com>.
2. Jokes to Go [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.jokes2go.com>.
3. My Best Jokes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mybestjokes.com>.

УДК 811.111'342:378.147.091.26

**МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ФОНЕТИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ  
НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

**Кучер А.В. (Харків)**

**Науковий керівник: докт. пед. наук, проф. Костікова І.І.**

Стаття розглядає поняття та структуру фонетичної компетенції, висвітлює ключові питання формування фонетичних навичок, надає критерій оцінки їх рівня сформованості та пропонує метод їх контролю.

**Ключові слова:** фонетична компетенція, фонетичні навички, метод контролю.

**Кучер А. В. Методы контроля фонетической компетенции на уроках английского языка.** Статья рассматривает понятие и структуру фонетической компетенции, освещает ключевые вопросы формирования фонетических навыков, дает критерии оценки их уровня сформированности и предлагает метод их контроля.

**Ключевые слова:** фонетическая компетенция, фонетические навыки, метод контроля.

**Kucher A. V. Methods of control of phonetic competence at English lessons.** The article focuses on the notion and the structure of phonetic competence, raises the key issues of the formation of phonetic skills, gives criteria of their assessment and suggests a method of their control.

**Keywords:** phonetic competence, phonetic skills, method of control.

---

---

Вимова є невід'ємною частиною вивчення іноземної мови і відіграє важливу роль у визначені рівня владіння нерідною мовою. Однак, проблемі контролю фонетичної компетенції (ФК) сьогодні приділяється недостатньо уваги, незважаючи на те, що на сучасному етапі розвитку міжнародних відносин вимоги до ступеня підготовки спеціалістів, які розмовляють англійською мовою, є підвищеними. Невідпрацьовані слуховимовні навички іноді зводять нанівець всі набуті знання про мову в частині реалізації лінгвістичних навичок в усному мовленні, тому механізми і процес їх правильного формування становлять одну з прагматичних проблем у методиці навчання іноземних мов, що доводить актуальність нашого дослідження.

Проблемою контролю фонетичної компетенції в різний час займалися Алхазішвілі А.А., Амонашвілі Ш.А., Беляєв Б.В., Бернштейн М.С., Бондарко Л.В., Васильєв А.І., Вінogradov B.A., Гальперін П.Я., Гез І.І., Горчев А.Ю., Зимня І.А., Зіндер Л.Р., Коккота В.А., Міньяр-Белоручев Р.К., Миролюбов А.А., Леонтьєв А.А., Ляховицький М.В., Пассов Е.І., Рапопорт І.А., Тализіна Н.Ф., Цатурова І.А., Цетлін В.С., Щерба Л.В., Якобсон Р.О.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та практичній розробці методики перевірки рівня владіння іншомовним фонетичним матеріалом із використанням системи фонетичних вправ, побудованої з урахуванням особливостей фонетичних навичок та методів контролю.

Інформантами нашого дослідження були студенти 2 курсу Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. В експериментальному навчанні брали участь 26 студентів, 5 хлопців та 21 дівчина, віком 18–20 років. В якості матеріалу дослідження були використані: мультимедійна програма «Професор Xігінс» та комплекс спеціально обраних вправ.

У дослідженні ми використовували наступні теоретичні та емпіричні методи: аналіз педагогічної, психологічної та лінгвістичної літератури, дисертаційних робіт та наукових статей з питання фонетичної компетенції та методів контролю, класифікація та відбір рекомендованих завдань з фонетики, їх подальше синтезування в єдину систему вправ; проведення, безпосередньо, самого експерименту, статистична обробка результатів.

Фонетична компетенція – правильна вимова всіх звуків рідної мови, звукосполучень (згідно з орфоепічними нормами); добре розвинений фонематичний слух, що дає змогу диференціювати фонеми; владіння інтонаційними засобами виразності мовлення (темп, тембр, сила голосу логічні наголоси тощо). Складовими фонетичної компетенції є чітка артикуляція звуків мови, фонетична правильність або правильна звуковимова, орфоепічна правильність мовлення, мовне дихання, дикція,

---

---

сила голосу, темп мовлення, тембр, фонетичний слух, засоби інтонаційної виразності [4].

Метою формування ФК є створення фонетично правильної та чистої артикуляційної бази, формування слухо-вимовних та ритміко-інтонаційних навичок за рахунок виконання вправ на рецепцію/репродукцію/продукцію іншомовних звуків [5, с. 107].

Слухо-вимовні навички мають властивість швидко втрачатися, тому робота над ними здійснюється не лише на початку вивчення мови, але й протягом усіх подальших етапів навчання. Розрізняють три етапи формування фонетичних навичок. На початковому етапі відбувається становлення слухо-вимовних навичок, яке складається з ознайомлення зі звуками та процесу їх подальшої автоматизації. Кращим способом автоматизації навичок є аналітико-імітативний спосіб, під час якого студенти повторюють приклад за викладачем або записом. Якщо студенти не допустили помилок у вимові, вони переходят до роботи над наступними прикладами. Якщо ж викладач помітив які-небудь недоліки, то звуки, що підлягають спеціальному відпрацюванню, вичленяються зі зв'язного цілого і пояснюються на основі артикуляційного правила. Це аналітична частина роботи. Потім звуки знову включаються в ціле, яке організується поступово: від складів до фраз, та проговорюються студентами слідом за зразком. Такий підхід до навчання фонетичним навичкам на початковому етапі забезпечує одночасне засвоєння студентами і фонетичних, і граматичних, і лексичних, і інтонаційних особливостей іноземної мови в нерозчленованому вигляді.

Інший прийом навчання – імітація, яка включає спершу активне слухання зразка, потім свідому імітацію, яка завжди повинна порівнюватися з еталонною вимовою зразка. Вправи активного слухання є обов'язковою складовою частиною вправ з розвитку слухо-вимовних навичок, вони шліфують слух і підводять студентів до вправ з відтворення. Для усвідомленої імітації доцільно давати студентам матеріал, цінний з точки зору змісту: пісні, римування, афоризми, вірші, прислів'я, приказки; на початковому етапі – прислів'я та приказки, на більш пізніх етапах – істинні зразки поетичного слова. Особливу привабливість у цьому зв'язку представляють художні твори або їх фрагменти, при засвоєнні яких спостерігаються міжпредметні зв'язки, зокрема з літературою, мистецтвом. В результаті цінний матеріал сприятиме розширенню загальноосвітнього горизонту, що, зрештою, зіграє позитивну роль у розвитку мотивації навчання.

Завдання середнього етапу навчання полягає в підтримці набутих навичок вимови, перешкоджанні їх деавтоматизації. Зміст мовлення ускладнюється, і це поглинає основну увагу студентів, а вимова

---

---

випускається з виду. Стає більш помітним вплив рідної мови. Відбувається інтерференція сформованих навичок. Завдання заключного етапу відносно вимови в принципі не відрізняється від середнього етапу. Вони також складаються в підтримці та вдосконаленні слухо-вимовних навичок. Робота над вимовою здійснюється в процесі фонетичної зарядки, при відпрацюванні нового лексико-граматичного матеріалу, при читанні вслухом.

При становленні вимовних навичок широко використовуються такі організаційні форми: хорова; індивідуальна; парна. Хорова робота дозволяє збільшити час тренування, підкреслює вимовні особливості звуків, робить їх більш наочними завдяки відтворенню їх усіма студентами в унісон, сприяє зменшенню і зняттю комплексів, мовного бар'єру. Однак ефект хорової роботи залежить від того, як вона буде поєднуватися з роботою індивідуальною. Важливо чергувати ці два види, оскільки промовляння поодинці підвищує відповіальність кожного студента окремо [10, с. 121–126].

Основними вимогами до вимови студентів є фонематичність та швидкість. Фонематичність передбачає ступінь правильності фонетичного оформлення, достатню для того, щоб воно було зрозумілим для співрозмовника; а швидкість – таку ступінь автоматизованості вимовних навичок, яка дозволяє студентам говорити в нормальному темпі мовлення. Вимоги до вимови студентів визначають, виходячи з принципу апроксимації, тобто наближення до правильної вимови [5, с. 106].

Сформованість фонетичної компетенції визначається різними видами контролю. Наразі методистами виділено чотири види контролю: поточний, тематичний, періодичний і підсумковий та три його форми: індивідуальна/фронтальна, усна/письмова, одномовна/двомовна. Також розрізняють традиційний (нетестовий) та нетрадиційний (тестовий) способи контролю [9]. До контролю висуваються наступні вимоги: об’єктивність, адекватність, регулярність, цілеспрямованість, економічність [1; 2; 3; 6]. Під час нашого дослідження ми варіювали форми контролю, намагаючись відповісти усім вимогам до процедури контролю.

Фонетична компетенція формується та контролюється за рахунок рецептивних та репродуктивних вправ. Вправи на рецепцію звуків направлені на відпрацювання фонематичного слуху студентів. Розрізняють рецептивні вправи на впізнавання звуків, диференціацію звуків, які легко спутати, та ідентифікацію звука, мета яких навчити розпізнавати звук як відомий з певними характеристиками. Вправи на репродукцію звуків спрямовані на вживання мовного матеріалу в мовленні. Перед репродукцією зразка важливо ще раз його почути, незалежно від того, чи вивчається новий матеріал, чи повторюється вже засвоєний. Матеріалом

---

---

для репродуктивних фонетичних вправ служать окремі звуки, звукосполучення, слова, словосполучення, фрази [5, с. 111].

Наша практична експериментальна робота зі студентами складалася з двох частин: домашньої та аудиторної. Домашня частина являла собою самостійну роботу студентів з електронною програмою «Професор Хігінс», за допомогою якої студенти мали змогу повторювати теоретичний курс фонетики та виконувати візуалізовані фонетичні вправи. Електронна програма була обрана з урахуванням ряду її переваг у порівнянні з іншими засобами навчання: більша наочність такої складної теми, як фонетика; демонстрація роботи органів мовлення при артикуляції звуків, що спрощує теоретичний матеріал та прискорює його засвоєння; наявність автентичного мовлення; можливість здійснення самостійного, зручного та надійного контролю над своєю усно-мовленнєвою діяльністю. Крім того, програма підходить усім, адже не вимагає ніякого певного рівня знань, а тренувальні вправи складені за принципом “від простого – до складного”, що полегшує процес навчання для студентів та дозволяє відстежити їх прогрес.

Аудиторна ж робота уявляла собою систему рецептивних та репродуктивних вправ на впізнавання, диференціацію та ідентифікацію звуків. Нам було відведено 10 занять, на початку кожного з яких ми пропонували студентам так звані фонетичні зарядки з цими вправами. Запропонований комплекс вправ виконувався на так званому заключному етапі навчання ФК, враховуючи рівень сформованості фонетичних знань студентів.

Умови виконання вправ, які важливо було враховувати, оскільки від них залежить успіх вправ: 1) здібності студента; 2) рівень сформованості навичок і умінь; 3) життєвий досвід студентів; 4) інтерес (мотивація) студента; 5) відношення студента до іноземної мови [7, 8].

Під час дослідження ми проводили поточний контроль, оскільки інші види контролю потребують значно більшої кількості часу; усний контроль, оскільки об'єктом контролю виступали слухо-вимовні навички; письмовий контроль, що було необхідно для фінальної статистичної обробки результатів; фронтальний контроль, за умов обмеженості у часі, та індивідуальний для можливості оцінити результати та прогрес кожного студента окремо; одномовний, на англійській мові. Оскільки ми працювали з фонетичними навичками, що формуються та контролюються здебільшого в процесі усного мовлення, ми використовували не лише нетрадиційний спосіб контролю (тестовий), що більш рекомендується методистами, але комбінували його з традиційним способом (читання тексту, вивчення напам'ять та переказ скромовок, віршів, усних опитувань з пройденого мовного матеріалу).

---

---

Кінцеве оцінювання рівня сформованості фонетичних навичок студентів експериментальної групи проходило за допомогою письмового контрольного тесту, в якому студентам пропонувалося виконати письмову вправу на диференціацію звуків та транскрибувати певні звуки в словах (вправа на ідентифікацію звуків). Згідно зі загально прийнятими правилами проведення експериментів, нами було відкинуто найкращий та найгірший результати в групі і вирахувано середній показник рівня засвоєння активного фонетичного матеріалу, який склав 83% для групи ЯЕ 25, що є досить високим результатом і за інтернаціональною шкалою відповідає оцінці «добре». Той же самий тест було запропоновано студентам групи ЯЕ 22, які опрацьовували інший теоретичний матеріал та інші вправи. Отримані результати є нижчими: 72%, що свідчить про ефективність розробленої нами системи навчання ФК.

Однак, слід зауважити, що результати нашого дослідження не є остаточно точними, адже існує така річ, як похибка (перш за все, за рахунок здібностей, а також за відсутністю в нас достатньої кількості часу). Отож, зважаючи на те, що різниця між двома групами є невеликою, перспективу нашого дослідження для отримання більш точних результатів ми вбачаємо в продовженні експерименту, його більшої тривалості в часі та створенні нових вправ для контролю ФК.

Висновки. Ми дослідили багато теоретичного матеріалу, та, керуючись ним, намагалися зробити процес навчання настільки цікавим, наскільки це було можливим: залучили електронні засоби з візуалізованим матеріалом, урізноманітили традиційні вправи, обирали завдання згідно до методичних принципів. Це допомогло виконати нашу основну мету – спершу визначити початковий рівень сформованості фонетичних навичок, а потім поліпшувати його, контролюючи свій прогрес.

#### Література

1. Амонашвили Ш.А. Психолого-дидактические особенности оценки как компонента учебной деятельности / Ш.А. Амонашвили // Вопросы психологии. – 1975. – № 4. – С. 39–43.
2. Горчев А.Ю. О методике тестового контроля навыков устной речи / А.Ю. Горчев // Иностранные языки в школе. – 1976. – № 6. – С. 40–47.
3. Иванова Е.Ф. О требованиях к тестовому контролю / Е.Ф. Иванова // Актуальные вопросы контроля в обучении иностранным языкам в средней школе : межвуз. сб. науч. трудов. – М. : Изд-во НИИ школ МП РСФСР, 1986. – С. 49–52.
4. Компетентностный подход к формированию речевой личности дошкольника // Проблемы онтолингвистики : материалы междунар. конф. (17–19 июня 2009 г.) / А.М. Богуш. – СПб. : Златоуст, 2009. – С. 352–355.
5. Николаева С.Ю. Методика навчання іноземних мов

---

---

у середніх навчальних закладах / С.Ю. Ніколаєва. – К. : Ленвіт, 1999. – 320 с. 6. Рапопорт И.А. Общие требования к тестам по иностранным языкам / И.А. Рапопорт // Проблема контроля при обучении иностранным языкам в ВУЗе. – 1972. – № 1. – С. 17–23. 7. Скляренко Н.К. Сучасні вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмінь / Н.К. Скляренко // Іноземні мови. – 1999. – № 3. – С. 3–7. 8. Скляренко Н.К. Типологія вправ в інтенсивному навчанні іноземних мов / Н.К. Скляренко // Гуманістичні аспекти лінгвістичних досліджень і методики викладання іноземних мов : зб. наук. праць. – К. : Київ. держ. пед. ін-т іноз. мов, 1992. – С. 9–14. 9. Цатурова И.А. Тестовые формы контроля для проверки сформированности умений в чтении / И.А. Цатурова // Контроль навыков и умений в основных видах речевой деятельности по иностранному языку в неязыковом вузе. – 1980. – № 153. – С. 165–183. 10. Фокина К.В. Методика преподавания иностранного языка / К.В. Фокина. – М. : Юрайт : Высшее образование. – 2009. – 158 с.

---

---

## ЗМІСТ

Анікєєва Ю.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ОБРАЗУ “VAMPIRE” (на матеріалі творів Б. Стокера та С. Майєр) .....	3
Бабаєва А.Г. ВИКОРИСТАННЯ АВТЕНТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ЗАНЯТТЯХ З ПРАКТИЧНОЇ ГРАМАТИКИ .....	8
Багнюкова А.А. СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЛЕКСИЧНОГО РІВНЯ У РОМАНАХ ІВЛІНА ВО .....	13
Балашова Т.Ю. ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ СЛОВОТВОРЕННЯ В СУЧASNІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ .....	18
Баліка І.П. СПЕЦІФІКА МОТИВНОЇ СТРУКТУРИ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МОТИВУ ПОКАРАННЯ В МАЛІЙ ПРОЗІ МАРГЕРІТ ЮРСЕНАР (на матеріалі збірки «Східні новели») .....	24
Барінова А.О. ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТРИЛОГУ (на матеріалі англомовної художньої прози) .....	28
Беднер Д.І. АНГЛОМОВНИЙ ДИТЯЧИЙ ДІАЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС: ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ АСПЕКТИ .....	32
Береза Е.Р. МІЖКУЛЬТУРНА ПРОТОТИПНА КАТЕГОРІЯ СВІТСЬКА ЛЕВІЦЯ В ГЛЯНЦЕВОМУ ЕЛЕКТРОННОМУ ТА КІНОДИСКУРСІ .....	37
Болотських М.В. ЧОРНИЙ ГУМОР У ПРОФЕСІЙНІЙ МЕДИЧНІЙ СФЕРІ (на матеріалі телесеріалу “Доктор Хаус” та фільму “М.Е.Ш.”) .....	42

---

---

Борисовская О.М. ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ БИБЛЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В ЯЗЫКЕ АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТ .....	49
Бучек М.О. ФУНКЦІЇ ДЕСЕМАНТИЗОВАНИХ КОМУНІКАТИВІВ У АМЕРИКАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ .....	54
Вдовенко А.Є. МАТИ ЯК ДИСКУРСИВНА ОСОБИСТІТЬ У СУЧASNOMУ АНГЛОМОВНОМУ РОДИННОМУ ДИСКУРСІ .....	58
Веденікіна Ю.Г. АНТРОПОНІМ ЯК ПРЕЦЕДЕНТНИЙ ФЕНОМЕН (на матеріалі англомовних анекдотів) .....	63
Гавриленко М.Ю. ДЕТЕКТИВНИЙ ДИСКУРС У БРИТАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ ЯК «СЕРЕДОВИЩЕ ПЕРЕБУВАННЯ» «SUSPENCE-ДИСКУРСУ» ....	68
Гутнєва А.О. ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНОЇ ФЕМІНІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ .....	71
Додух Ю.О. МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ У СУЧASNIX МОЛОДІЖНИХ КОМЕДІЯХ .....	77
Духневич М.О. МОВНА ОСОБИСТІТЬ ПИСЬМЕННИКА. ОСОБЛИВОСТІ СТИЛЮ РОМАНІВ Р. ГАРІ .....	84
Єгiazарян Т.Т. РЕКОНТЕКСТУАЛІЗАЦІЯ МИСТЕЦТВА У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ .....	88
Єлагіна М.Е. ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ У ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі англомовних ігрових кінотворів) .....	94

---

---

Єрьоменко О.М. АНГЛОМОВНИЙ РОДИННИЙ ДІАЛОГЧНИЙ ДИСКУРС: МЖККУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ .....	102
Жигалко О.О. МОВНА ГРА У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ (на матеріалі Твору Жана Тардье «Un mot pour un autre») .....	106
Зінченко О.І. ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНЕРУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ .....	110
Зоц В.О. ВЕРБАЛЬНА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі ЗМІ Великої Британії) .....	114
Іванченко О.И. КОГНИТИВНАЯ ТИПОЛОГИЯ МЕТОНИМИИ И МОТИВИРУЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ МЕТОНИМИЧЕСКОГО ПРОЕЦИРОВАНИЯ .....	119
Іщенко М.В. ЛІНГВІСТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРІВ РОСІЙСЬКОМОВНИХ ПІСЬМЕННИКІВ ФРАНЦУЗЬКОЮ МОВОЮ .....	124
Кириченко Н.А. КОНЦЕПТОСФЕРА МОДА В АНГЛОМОВНОМУ, УКРАЇНСЬКОМУ ТА РОСІЙСЬКОМУ ГЛЯНЦЕВОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі електронних періодичних видань) .....	129
Ковалевська А.Ю. РЕТРОСПЕКТИВА ТЕОРЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ФЕНОМЕНА “ЗМІНИ КОДУ” У ЛІНГВІСТИЦІ .....	133
Козєєва В.В. ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ФЕНОМЕНІВ У ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ .....	137

---

---

Корж О.С. ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ВЕРБАЛІЗОВАНОГО ЕТАЛОНУ МОДИ .....	141
Крамаренко О.М. ФЛРТ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНОЇ ГРИ (на матеріалі віртуального дискурсу) .....	146
Крикова О.І. GERMAN LOAN WORDS IN MODERN ENGLISH LANGUAGE .....	152
Кулигіна С.В. ФУНКЦІОNUВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛИХ ФОРМ .....	155
Куліш Д.О. ОЦІНКА У ФОКУСІ АНГЛОМОВНОГО ЖАРТУ .....	160
Кучер А.В. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ФОНЕТИЧНОЇ КОМПЛЕТЕНЦІЇ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ .....	165

---

---

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЛІНГВІСТИКИ ТА МЕТОДИКИ  
НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ В ДОСЛІДЖЕННЯХ СТУДЕНТІВ

Збірник статей  
Випуск 10, частина 1

Українською, російською, англійською, ітайською, німецькою,  
французькою мовами

Відповідальний за випуск:                   Оніщенко Н.А.  
Технічний редактор:                           Зябченко Л.П.  
Тексти подано у авторській редакції

Підписано до друку 23.07.2014. Формат 60 x 84 1/16.

Папір офсетний. Друк ризографічний.

Ум. друк. арк. 8,51. Обл.-вид. арк. 9,90.

Тираж 50 прим. Ціна договірна.

61022, м. Харків-22, майдан Свободи, 4,  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Надруковано ФОП Сверделов М.О.  
м. Харків, вул.. Гв. Широнінців, 24, корп. А, кв. 33.  
Тел.: 755-00-23

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ВОО № 971661 від 13.12.2005.