

ISSN 2227-8877

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК
ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
імені В.Н. Каразіна
№ 1052

Серія “Романо-германська філологія.

Методика викладання іноземних мов”

Випуск 74

Видається з 1966 року

Харків
2013

Вісник містить статті з актуальних проблем дискурсології, семантики і прагматики, лінгвостилістики і лексикології у синхронії та діахронії, у тому числі в зіставному аспекті на базі германських, романських та слов'янських мов. У статтях цього вісника висвітлено новітні розробки харківських та українських лінгвістів з романо-германської філології та методики викладання іноземних мов.

Для лінгвістів, викладачів, аспірантів та пошукачів, студентів старших курсів.

Затверджено до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 5 від 26.04.2013 р.)

Головний редактор:

І.С. Шевченко, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна)

Редакційна колегія:

Секція: Романо-германська філологія

Д. Александрова, докт. наук (Софійський університет імені Святого Климента Охридського, Болгарія)
В.І. Говердовський, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
В.В. Дементьев, докт. філол. наук (Саратовський державний університет імені М.Г. Чернишевського, Росія)
Ф. Домінгос Матіто, докт. наук (університет Ріоха, Іспанія)
П. Карагьозов, докт. наук (Софійський університет імені Святого Климента Охридського, Болгарія)
Г. Коллер, докт. наук (університет імені Фрідріха-Олександра, Ерланген-Нюрнберг, ФРН)
Т.А. Комова, докт. філол. наук (Московський державний університет імені М.В. Ломоносова, Росія)
А.П. Мартинюк, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
Л.М. Мінкін, докт. філол. наук (Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, Україна)
О.І. Морозова, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
Л.С. Піхтовнікова, докт. філол. наук (Приазовський технічний університет, Маріуполь, Україна)
В.О. Самохіна, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
Л.В. Солощук, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
С.О. Швачко, докт. філол. наук (Сумський державний університет, Україна)

Секція: Методика викладання іноземних мов

Н.Ф. Бориско, докт. пед. наук (Київський національний лінгвістичний університет, Україна)
Л.С. Нечепоренко, докт. пед. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
С.Ю. Ніколаєва, докт. пед. наук (Київський національний лінгвістичний університет, Україна)
В.Г. Пасинок, докт. пед. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)
О.Б. Тарнопольський, докт. пед. наук (Дніпропетровський університет економіки і права, Україна)
Л.М. Черноватий, докт. пед. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Відповідальний секретар:

Л.Р. Безугла, докт. філол. наук (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна)

Адреса редакційної колегії:

Україна, 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
факультет іноземних мов
Тел.: (057) 707-51-44
dilovamova@mail.ru

Текст подано в авторській редакції

Статті пройшли зовнішнє та внутрішнє рецензування

Свідоцтво про держреєстрацію КВ № 11825–696 ПП від 04.10.2006.

© Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, оформлення, 2013

ЗМІСТ

ДИСКУРСОЛОГІЯ: СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА

| | |
|--|----|
| Н.К. Кравченко МЕНА КОММУНИКАТИВНЫХ РОЛЕЙ КАК КОНСТИТУТИВНАЯ КАТЕГОРИЯ ДИСКУРСА | 6 |
| Е.Н. Бабич РЕАКЦИИ АДРЕСАТА НА ПРОПОЗИЦИЮ НЕИСКРЕННЕГО РЕЧЕВОГО АКТА | 11 |
| Т.К. Варенко ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЄВОГО АПАРАТУ АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ (на базі веб-ресурсів вnz України та англомовних країн) | 16 |
| Т.А. Пастернак ПРОБЛЕМА РОЛЬОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ КОМУНІКАНТІВ У СУЧАСНИХ ДИСКУРСИВНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ | 21 |
| І.М. Рудик ПОЛІТИЧНИЙ ЛОЗУНГ ЯК КУЛЬТУРНИЙ АРТЕФАКТ | 26 |
| Безугла Т.А. ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ | 31 |
| І.В. Біляк ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОВНОЇ ГРИ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ НОВИННОМУ МЕДІАТЕКСТІ | 37 |
| В.О. Головань ІНСТИТУЦІЙНІ ОЗНАКИ ПАРЛАМЕНТСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ | 43 |
| Т.В. Давыдова ПЕРЛОКУТИВНИЙ ЭФФЕКТ РЕЧЕВЫХ АКТОВ НЕОДОБРЕНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ | 49 |
| М.В. Котов КОМУНІКАТИВНА НЕВДАЧА У СИТУАЦІЇ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ | 55 |
| О.В. Суховирская ДИСТАНЦИРОВАНИЕ СУБЪЕКТА ДИСКУРСИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ РАКУРС | 60 |

ЛЕКСИКОЛОГІЯ

| | |
|---|-----|
| Л.Ф. Омельченко, Л.Ф. Соловйова ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ОБРАЗНОГО КОМПОНЕНТА КОМПЗИТИВ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСИВНОМУ ПРОСТОРИ | 65 |
| І.В. Ступак ДЕРИВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ІМЕННИКІВ У ТВОРЕННІ ПКД | 73 |
| Л.В. Герман ОНОМАСІОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОЗЕЛАНДСЬКОГО СЛЕНГУ КІНЦЯ ХХ СТОРІЧЧЯ | 78 |
| Н.В. Загребельная СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНСТИТУЕНТОВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ “ВОДНОЕ ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО” | 82 |
| О.В. Косович СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ОСНОВНІ ВЕКТОРИ | 87 |
| Л.Я. Левицька, І.С. Микитка НІМЕЦЬКИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ТА ЙОГО ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ | 94 |
| Я.Ю. Манжос ФУНКЦІОНУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ МАЙНОВИХ ЗЛОЧИНІВ У ЮРИДИЧНОМУ ДИСКУРСІ | 100 |
| Н.С. Молодчая ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ СЕМАНТИЧЕСКИХ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ | 106 |
| О.В. Трофімова КОНЦЕПТ <i>ГНІВ</i> У ФРАЗЕОЛОГІЧНІЙ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ (на матеріалі англійської та української мов) | 111 |
| Л.В. Щигло АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ДЕРИВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СЛОВА | 117 |
| Н.М. Демчук ПРОДУКТИВНІ СЛОВОТВІРНІ МОРФОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ НОМІНАЦІЇ ФРАНЦУЗЬКИХ ТЕРМІНІВ МАРКЕТИНГУ | 122 |
| В.О. Дорда АМЕРИКАНСЬКИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ СЛЕНГ: ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ | 130 |
| Ю.Б. Мінцис КОНОТАТИВНИЙ КОМПОНЕНТ ЛЕКСИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ ДЕМІНУТИВІВ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ | 136 |

ЛІНГВОСТИЛІСТИКА

| | |
|---|-----|
| В.Ф. Антонова ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И СТИЛЯ ПОЭТОВ-“ЛЕЙКИСТОВ” | 142 |
| Ю.Є. Кійко ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ У НІМЕЦЬКОМУ Й УКРАЇНСЬКОМУ ГАЗЕТНИХ ДИСКУРСАХ | 147 |
| А.В. Лещенко ТЕКСТОВЫЕ КАТЕГОРИИ ЦЕЛОСТНОСТИ И СВЯЗНОСТИ: ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ | 155 |
| Л.І. Тараненко АЛГОРИТМІЧНО-ФАБУЛЬНА ПОБУДОВА СЮЖЕТІВ АНГЛІЙСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗОК | 163 |
| О.В. Харченко СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ АМЕРИКАНСЬКОГО ДИСКУРСУ КОМІЧНОГО, ЩО ПОВ'ЯЗАНІ З КОНЦЕПТОМ “FOOD” | 172 |
| Е.В. Игина ПЕРВЫЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ АНИМАЛИСТИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ | 179 |
| С.И. Слободяк О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПАРОДИЙНЫХ ИМЁН В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ | 186 |

ЛІНГВОДИДАКТИКА

| | |
|--|-----|
| І.В. Форостюк ПОСИЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ СТУДЕНТАМИ НЕФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗАСОБАМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ | 191 |
| В.С. Билык АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС | 196 |
| Н.М. Лутковська РОЛЬОВА ГРА ДЛЯ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ ІНШОМОВНОГО СПІЛКУВАННЯ НА ОСНОВІ ІМПЛІЦИТНОЇ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ВІДЕОФОНОГРАМИ | 201 |

РЕЦЕНЗІЇ

| | |
|---|-----|
| О.В. Ребрій БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ПОКАЖЧИК “УКРАЇНСЬКІ ВИДАННЯ ПЕРЕКЛАДНОЇ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ ВІД 1900 ДО 2011 РР.” | 207 |
|---|-----|

ДИСКУРСОЛОГІЯ: СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА

УДК 371.334(076)(100)

МЕНА КОММУНИКАТИВНЫХ РОЛЕЙ КАК КОНСТИТУТИВНАЯ КАТЕГОРИЯ ДИСКУРСА

Н.К. Кравченко, докт. филол. наук (Киев)

Статья посвящена исследованию мены коммуникативных ролей как базисной категории дискурса и коммуникации. Мена ролей изучается в двух основных аспектах: как проект и продукт локальных интеракций, обусловленный инфраструктурой речевых обменов. Выявляются механизмы дискурсивной реализации мены ролей, а также когнитивная природа этого феномена.

Ключевые слова: дискурс, локальная интеракция, мена коммуникативных ролей, речевой обмен.

Кравченко Н.К. Міна комунікативних ролей як конститутивна категорія дискурсу. Статтю присвячено дослідженню міни комунікативних ролей як базисної категорії дискурсу і комунікації. Міна ролей вивчається в двох аспектах: як проект і продукт локальних інтеракцій, обумовлений інфраструктурою мовленнєвих обмінів. Виявляються механізми дискурсивної реалізації міни ролей, а також когнітивна природа цього феномену.

Ключові слова: дискурс, локальна інтеракція, міна комунікативних ролей, мовленнєвий обмін.

Kravchenko N. K. Turn-taking as constitutive category of discourse. The article deals with the investigation of Turn-taking as the basic category of discourse and communication. Turn-taking is studied both as the project and the product of local interactions due to exchanges infrastructure. The mechanisms of Turn-taking discursive realisation is revealed as well as the cognitive nature of this phenomenon.

Key words: discourse, exchanges, local interaction, turn-taking.

Теория коммуникативных ролей является новым и перспективным направлением современной дискурсологии, что обусловлено значением феномена роли в процессах текстообразования и дискурсивной интеракции, структурно-содержательной упорядоченности диалогической и монологической речи.

В современной лингвистике исследование коммуникативных ролей фокусируется преимущественно на когнитивном и интеракционном составляющих этого феномена: в ракурсе корреляции ролевого поведения с языковым и коммуникативным сознанием интерактантов [2–7; 11–13; 17] или в аспекте воздействия выбора ролей на инфраструктуру локальных интеракций (конверсаци-

онный анализ, “анализ членства категоризации” Г. Сакса, этнометодология [15; 16; 18–21]).

В то же время лишь отдельные работы [1; 8–10; 14] в отечественном и российском языкознании посвящены актуальной и малоизученной проблематике мены коммуникативных ролей (далее по тексту – МКР) как категориальной характеристики дискурса и базисной категории коммуникации.

В связи с этим, актуальность статьи определяется значением затронутой в ней проблематики для задач современной дискурсологии и дискурс-анализа, связанных с определением параметров, составляющих и категорий дискурса, одной из которых является МКР.

© Кравченко Н.К., 2013

Цель статьи – выявить категориальную специфику мены коммуникативных ролей как конститутивной категории дискурса. Задачами исследования служит определение особенностей и механизмов дискурсивной реализации МКР, выявление лингвокогнитивной природы этого феномена.

Объект статьи – мена коммуникативных ролей в современном монологическом и диалогическом дискурсе.

Предмет статьи – категориальная специфика мены коммуникативных ролей и дискурсивные механизмы ее реализации.

Новизна статьи – в обосновании конститутивной функции МКР в дискурсе как проявления: а) “механизма членства категоризации”, позволяющего пояснить лингвокогнитивную природу ожиданий интерактантами определенных сценариев ролевого поведения и их реакции на неконвенциональные варианты оперативных ролей собеседника; б) конверсационно-аналитического принципа упорядоченности естественной речи в ракурсе реализации категории релевантности, предполагающей координацию деятельности говорящих в различных контекстах.

Мена коммуникативных ролей – одна из базисных коммуникативных категорий, обобщающая координацию речевых действий коммуникантов по согласованию сценариев ролевого поведения и конструированию “общего” значения в интеракции.

Категориальная специфика МКР выявляется в конститутивной, формально-структурной и содержательной функции этого дискурсивного механизма как основы упорядоченности и развития разговорного дискурса. Согласно конверсационному анализу [15; 16; 19–21] и “механизму членства категоризации” Г. Сакса [18], ориентированность участников на использование коммуникативных ролей обуславливает их речевые ходы и прогнозирует направление и формально-содержательные характеристики разговора в целом. Совместное конструирование дискурса интерактантами основано на МКР и упрощенно может быть представлено следующим образом: роль (ее идентификация участниками / самоидентификация) – речевой ход

в поддержку роли – речевой ход в противодействие роли – изменившаяся роль – новый речевой ход – и т.д. Предложение собственного ролевого сценария и ожидание от собеседника ответных ролевых действий (парных, встречных ролей) основано на способах категоризации говорящими себя и других. Мы считаем, что теоретическим обоснованием дискурсивного потенциала МКР служит концепция Г. Сакса “анализ членства категоризации” (*membership categorization analysis*), хотя сам исследователь никогда не рассматривал предложенный им инструмент конверсационного анализа в дискурсивном аспекте. Теория была разработана с целью обоснования этнометодологического принципа строгой упорядоченности естественной речи, однако позволяет, на наш взгляд, выявить лингвокогнитивную природу ожиданий интерактантами определенных сценариев ролевого поведения – особенно принимая во внимание, что МКР является основой упорядоченности диалогического дискурса.

“Механизм членства категоризации” (*membership categorization device*) включает два компонента: совокупность категорий (*collection of categories*) и правила применения (*rules of application*). Каждая категория предполагает определенный набор категориально связанных действий (*category bound activities*) и характеристик – естественных предикатов (*natural predicates*). Например, существуют конвенциональные ожидания относительно нормального поведения участника дискурса в коммуникативной роли “должник” (речевые ходы “просьбы”, “обоснования”, “оправдания” и другие действия “подотчетного” характера). В то же время отсутствие таких “категориально связанных действий” будет маркированным в интеракции, нуждаясь в дополнительном объяснении, – например, если заемщик начнет выполнять коммуникативный сценарий, ожидаемый от роли “кредитора” или “спонсора”.

Нормативность речи как основной постулат конверсационного анализа предопределяет, что ролевые субъекты являются представителями категорий, “подходящих” для осуществления определен-

ной пары действий (предсказуемые наборы коммуникативных ролей): “обвинитель – жертва”, “обвинитель – обвиняемый”, “обвинитель – виновный”, “ребенок – взрослый”, “начальник – подчиненный”. Правило упорядоченности парных ролевых действий в виде проигрывания “встречных” ролей служит проявлением упорядоченности “естественной” диалогической речи и, шире, принципа релевантности, предполагающим определенную координацию деятельности говорящих.

Конститутивная функция МКР выявляется как в диалогической, так и в монологической речи, отличаясь различными механизмами реализации. В монологе – это мена категориальных ролей (ролевых инвариантов) или их расщепление на оперативные позиции на основе общности концептуальных характеристик инварианта и вариантов роли. В диалогической речи упорядочивающая функция МКР реализуется посредством: а) набора встречных ролей с общими ролевыми ожиданиями коммуникантов относительно сценариев коммуникативного поведения; б) прогнозирования речевых ходов интерактантов как результата предложения, приписывания, подтверждения, игнорирования, опровержения, демонстрации роли, что определяет направление интеракции, выбор основных и дополнительных тем разговора.

Рассмотрим специфику МКР как механизма обеспечения содержательной и формально-структурной связности монологического и диалогического текстов. Так, в монологах психологического романа Сола Беллоу “Герzog” ролевой инвариант главного персонажа “профессор-интеллектуал” определяется уровнем его образования (интеллектуал), родом деятельности (профессор, философ) и социопсихологическим типом (интуитивно-логического иррационального интраверта). В то же время одним из оперативных вариантов категориальной роли “профессор-интеллектуал” является роль “ребенок”. Гомогенность оперативного варианта и ролевого инварианта обеспечивается общностью пропозиций концептуального плана этих ролей: “беспомощность”, “доверчивость” “наивность”, “отсутствие практицизма”, “неспособность при-

нять решение” [6, с. 23–30]. МКР в виде реализации категориальной роли “профессор-интеллектуал” в оперативном ролевом варианте “ребенок” становится механизмом актуализации смысла, обосновывающего психологическую драму главного героя романа. Таким образом, “неконвенциональный” сценарий ролевого поведения персонажа задает развитие дискурса в направлении раскрытия общности концептуальных характеристик проигрываемой им категориальной роли и ее оперативного варианта.

В диалогической речи мена ролей имеет иное обоснование и служит средством “по-ходовой” упорядоченности парных ролевых позиций и связанных с ними речевых действий собеседников.

Так, если в речевой ситуации “консультация” один из интерактантов, выступающий в институционально обусловленной роли “профессора”, вдруг начинает проигрывать “не статусную” субординационную роль “ребенка” с использованием жанров жалобы или квеситивов-просьб, инициирующих от собеседника речевое действие “помощи в виде совета” и т.д., такое ролевое поведение, “ненормативное” с точки зрения “механизма членства категоризации”, нуждается в объяснении. Наиболее вероятным обоснованием неконвенционального оперативного варианта будет “невыполнение” интерактантом “профессора” встречной институциональной роли в паре “профессор – студент” и предложение вместо нее “бытовой” роли “советчика”, “сочувствующего” (оперативных вариантов ролевого инварианта “взрослый”). Выбор доминантной роли (например, в силу межличностного доминирования интерактанта в психоземциональном, референтном или др. отношении) определяет навязывание собеседнику “парной” субординационной роли. Далее диалог будет развиваться либо в направлении сопротивления этой роли, либо согласия с ней, определяя выбор направления разговора, основных и дополнительных тем, порядка построения и развития секвенций, содержательную и формальную организацию коммуникативных ходов интерактантов.

Таким образом, мена коммуникативных ролей – одна из конститутивных категорий дискурса, механизмом реализации которой является функционирование встречных ролей с общими ролевыми ожиданиями коммуникантов относительно сценариев коммуникативного поведения, что воздействует на формально-содержательные характеристики диалогов; расщепление ролевых инвариантов на оперативные варианты на основе общности концептуальных характеристик инварианта и вариантов роли; прогнозирование речевых ходов интерактантов как результата предложения, приписывания, подтверждения, игнорирования, опровержения, демонстрации роли, что определяет направление интеракции, выбор основных и дополнительных тем разговора.

Перспективой дальнейшего исследования служит, на наш взгляд, изучение коммуникативных ролей и их мены в ракурсе реализации категории интертекстуальности и интерсемиотичности дискурса – в аспекте взаимосвязи МКР с культурными макросценариями ролевого поведения, а также совместимости в диалоге ролей участников, ассоциированных с различными интерпретативными репертуарами (макросюжетными линиями).

ЛИТЕРАТУРА

1. Аристов С.А. Прагмалингвистическое моделирование мены коммуникативных ролей : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 “Терия языка” / С.А. Аристов. – Тверь, 2001. – 212 с. 2. Бакумова Е.В. Ролевая структура политического дискурса : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Терия языка” / Е.В. Бакумова. – Волгоград, 2002. – 200 с. 3. Бондаренко Я.О. Дискурс акцентуированных мовних особистостей: комунікативно-когнітивний аспект (на матеріалі персонажного мовлення в сучасній американській художній прозі) : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Я.О. Бондаренко. – К., 2002. – 248 с. 4. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы [пер. с англ.] / Э. Берн. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 480 с. 5. Карасик В.И. Язык социального статуса: Социолінгвістический аспект. Прагмалингвістический аспект. Лінгвістический аспект / В.И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.

6. Коротка С.Г. Лінгвокомунікативний аналіз оперативної ролі “дитина” в романі Сола Беллоу “Герzog” / С.Г. Коротка // Вісник Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – 2011. – №16 (227). – Ч. 2. – С. 23–30. 7. Кравченко Н.К. Межсубъектная природа интеракции или интерактивная природа субъекта? (субъекты versus интеракция или интеракция versus субъекты?) / Н.К. Кравченко // Вісник Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – 2010. – № 18 (205). – С. 36–41. 8. Кравченко Н.К. Інтегративна методика аналізу комунікативних ролей у розмовному дискурсі / Н.К. Кравченко, С.Г. Коротка // Studia linguistic : зб. наук. пр. – К. : Київ. національний ун-т імені Тараса Шевченка, 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 343–349. 9. Кравченко Н.К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа : практ. пособие. / Н.К. Кравченко. – Луцк : Волиньполіграф, 2012. – 251 с. 10. Лавриненко И.Н. Мена коммуникативных ролей как операциональная метадискурсивная категория / И.Н. Лавриненко // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – 2012. – № 1023. – С. 47–51. 11. Ляпон М.В. Языковая личность: поиск доминанты / М.В. Ляпон // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. – М. : Ин-т рус. яз. РАН, 1995. – С. 260–276. 12. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с. 13. Седов К.Ф. Становление дискурсивного мышления языковой личности: Психологические и социолінгвістические аспекты / К.Ф. Седов. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1999. – 180 с. 14. Шевченко И.С. Метадискурсивные категории диалогического дискурса / И.С. Шевченко // Функціональна лінгвістика : зб. науч. работ Крым. республ. ин-т последиплом. пед. образования ; науч. ред. А.Н. Рудяков. – № 2. – Т. 2. – Симферополь, 2011. – С. 292–294. 15. Goodwin Ch. Action and embodiment within situated human interaction / Ch. Goodwin // Journal of Pragmatics. – Elsevier, 2000. – № 2. – P. 1489–1522. 16. Heritage J. Conversational analysis and institutional talk / J. Heritage // Qualitative Research : Theory, Method and Practice. / D. Silverman. – London : Sage, 1998. – P. 161–182. 17. Klapp O.E. Symbolic Leaders. Public Dramas and Public Men / O. Klapp. – Chicago : Aldine, 1964. – 272 p. 18. Sacks H. Lectures on Conversation / H. Sacks, G. Jefferson, E.A. Schegloff. – Oxford : Wiley-Blackwell, 1992. – Vol.1, 2. – 1520 p. 19. Schegloff E.A. Issues of Relevance for Discourse Analysis : Contingency in Action, Interaction and Co-Participant Context / E.A. Schegloff, E.H. Hovy, D. Scott (eds.) // Computational and

Conversational Discourse : Burning Issues – An Interdisciplinary Account. – Heidelberg : Springer Verlag, 1996. – P. 3–38. 20. Schegloff E.A. Overlapping Talk and the Organization of Turn-Taking for Conversation / E. A. Schegloff. // Language in Society. – 2000. – № 291. – P. 63. 21. Wetherell M. Positioning and interpretative repertoires: Conversation analysis and post-

structuralism in dialogue / M. Wetherell // Discourse and Society. – 1998. – Vol. 9. – P. 387–412.

ИСТОЧНИКИ

ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

22. Bellow Saul. Herzog / Saul Bellow. – New York : Fowcett Crest Book, 1970. – 416 p.

РЕАКЦИИ АДРЕСАТА НА ПРОПОЗИЦИЮ НЕИСКРЕННОГО РЕЧЕВОГО АКТА

Е.Н. Бабич, канд. филол. наук (Харьков)

Статья посвящена анализу неискреннего диалогического дискурса на материале немецкоязычной художественной литературы. Устанавливаются прагмасемантические типы реакций адресата на пропозицию неискреннего речевого акта, который в данном случае является неудачным, так как говорящему не удаётся ввести адресата в заблуждение.

Ключевые слова: дискурс, реакции на пропозицию, неискренность, речевой акт.

Бабич О.М. Реакції адресата на пропозицію нещирого мовленнєвого акту. Стаття присвячена аналізу нещирого діалогічного дискурсу на матеріалі німецькомовної художньої літератури. Встановлюються прагмасемантичні типи реакцій адресата на пропозицію нещирого мовленнєвого акту, який в цьому випадку є невдалим, тому що мовцю не вдається ввести адресата в оману.

Ключові слова: дискурс, реакції на пропозицію, нещирість, мовленнєвий акт.

Babych O.M. Addressees' reactions to the proposition of an insincere speech act. The article focuses on analyzing an insincere dialogical discourse on the factual basis of German fiction. There have been revealed pragmatic and semantic types of addressees' reactions to the proposition of an insincere speech act that in this case proves to be a failure since the addresser fails to deceive the addressee.

Key words: discourse, insincerity, reactions to a proposition, speech act.

В русле современной дискурсивной парадигмы лингвистического знания актуальным представляется рассмотрение особенностей языкового выражения смыслов при реализации речевых актов (далее РА) с нарушением условия искренности [14, с. 174; 20, с. 41]. Особое значение при этом имеет изучение реакций на такие РА, поскольку неискренность говорящего, не распознанная адресатом, в языковом отношении является непоказательной. Анализ конкретного РА не может не учитывать реакцию на него, что неоднократно подчеркивалось ещё Д. Вундерлихом: “Каждое речевое действие происходит не односторонне от говорящего к слушающему, а только тогда становится значимым для дальнейшего протекания коммуникации, когда слушающий принимает его во внимание, что, в конце концов, означает, что он (слушающий – Е.Б.), со своей стороны, берёт на себя определённые обязательства” [20, с. 22].

Исследователи реакций на неискренность подчеркивают частотность реагирования адресата на ложную, недостоверную пропозицию неискренного РА [12; 18, с. 522]. Однако, пропозициональные характеристики неискренного РА немецкоязычного диалогического дискурса, подвергающиеся оценке на истинность / ложность со стороны адресата и являющиеся основанием для его негативной реакции, остаются неизученными.

Целью данной статьи является систематизация прагмасемантических реакций на пропозицию РА с нарушением условия искренности.

Объектом исследования являются неискренние РА, реализующиеся в немецкоязычном диалогическом дискурсе, предметом – реакции адресата на пропозицию неискренного речевого акта, которые изучаются на материале речи персонажей немецкоязычной художественной литературы.

Основным определяющим свойством диалогического дискурса является мена коммуникативных ролей: в отличие от монолога, где один коммуникант постоянно выступает в роли говорящего, а другой – в роли адресата, в диалоге коммуниканты по очереди выполняют роли говорящего и адресата [7, с. 17; 11; 17]. При этом количество коммуникантов в диалоге не обязательно должно равняться двум, однако в неискреннем диалогическом дискурсе неискренний говорящий чаще всего один, а адресатов может быть несколько. Мы принимаем во внимание то обстоятельство, что если РА обмениваются два и более неискренних говорящих, то они по очереди становятся адресатами. Автор РА с нарушением условия искренности именуется неискренним говорящим, а тот участник коммуникации, на которого направлена его коммуникативная интенция, – его адресатом (в т.ч. коллективным). Однако, анализируя реактивный РА, мы сталкиваемся со случаем, когда один и тот же участник коммуникации является и адресатом неискренного РА, и говорящим. Тем не менее, мы условно называем его адресатом в отношении первого РА для сохранения терминологической последовательности.

Материал позволяет систематизировать реакции на пропозицию РА с нарушением условия искренности, который в данном случае является неудачным, т.к. говорящему не удаётся ввести адресата в заблуждение [20, с. 22]. С точки зрения специфики языкового выражения, значимой представляется негативная реакция, когда адресат распознаёт введение в заблуждение и даёт это понять собеседнику в своём реактивном РА. Высказывание адресата неискренного РА, распознавшего скрытые намерения говорящего, сигнализируют об его отношении к ложной, на его взгляд, пропозиции.

Пропозиция является смысловым ядром РА, это “семантическая структура, способная войти в модальную рамку” [4, с. 34], “обобщённая объективированная схема отношений в синтаксической единице на уровне классов аргументов и предикатов, не ограниченных в пространстве и времени” [9, с. 120], а с позиций когнитивно-коммуникатив-

ной парадигмы – концептуальная структура, хранящаяся в оперативной памяти и активизирующаяся в речи [19, с. 91].

Реакция адресата на пропозицию РА говорящего является результатом её оценки на истинность / ложность. “Под оценкой понимается суждение о ценности обозначаемого в целом или отдельного его свойства (объект оценки)” [15, с. 109]. Оценка высказывания на истинность / ложность является видом общей оценки и определяется как верификация [1; 3; 5, с. 34; 16].

В.М. Труб рассматривает один из способов выражения оценки истинности / ложности высказывания – негативную оценку истинности как производного высказывания, полученного в результате применения оператора отрицания к коммуникативно более ранней пропозиции. Такая оценка выражается при помощи лексем *правильно, неправильно, совершенно верно, справедливо, X ошибся, X прав, X неправ* [16, с. 44]. Заметим, однако, что слова, которые В.М. Труб относит к операторам истинности, могут выполнять не только функции оператора, но и служить просто подтверждением согласия адресата с высказыванием говорящего: “Апелляция к истинности незаметно переходит в апелляцию к согласию или одобрению. В реплике-реакции подтверждение истинности сообщения граничит с солидаризацией, а отрицание истинности часто возникает из желания противоречить или противопоставить себя собеседнику” [3, с. 8]. “Выбор выражения истинностной оценки в живом общении обусловлен многочисленными факторами: присутствием в ситуации “носителя истины” (говорящего) и его адресата, отношениями между ними, источником информации, вытекающими из сообщения следствиями, затронутостью интересов собеседников или близких им лиц, намерениями говорящего, степенью верифицируемости сообщения, типом выраженного в нём суждения, объёмом оцениваемой информации, местом в высказывании, функцией реплики в диалоге и др.” [3, с. 7].

Верификация пропозиции основывается на степени объективированности пропозиции *P* в сознании адресанта и степени объективированности про-

позиции *P* у говорящего с точки зрения адресата. Степень объективированности некоторого элемента информации в сознании участника РА предстаёт как мера осознания истинности этой информации, как своего рода собственная модель отражения действительности в собственном сознании [13, с. 31]. В неискреннем дискурсе верификация пропозиции сопровождается оценкой когнитивного состояния собеседника. На основании собственной оценки пропозиции, дискурсивного контекста, вербальных и невербальных сигналов неискренности адресат делает вывод о неискренности говорящего. В своём реактивном РА адресат даёт понять говорящему, что он распознал его неискренность.

Семантика таких РА сводится к следующим разновидностям (высказывания, реализующие неискренние речевые акты, подчеркнуты сплошной линией, а реакция адресата на неискренний речевой акт – пунктирной):

- Отрицание пропозиции. При этом имеется в виду не грамматическое, а логическое отрицание [8, с. 239]. Говорящий может отрицать *P* или $\sim P$:

(1) „Du hast Hartmut getroffen.“

„Er hat mich getroffen“, sagte Katharina nach einiger Zeit kühl.

„Er hat es mir erzählt.“ Ein Anflug von Triumph lag in Susannes Stimme.

„Das hat er mit Sicherheit nicht.“ ...

„Du hast recht“, sagte Susanne schließlich. „Er hat es mir nicht erzählt. Ich weiß es von einer Nachbarin.“ (Busch: Mord stinkt zum Himmel, с. 161–162)

(2) „Du mußt mich ja auch nicht immer ansehen bei der Stelle!“

„Ich habe dich gar nicht angesehen!“

„Doch! Du hast!“

„Das hättest du ja gar nicht sehen können, da du mir bei dieser Stelle den Rücken zukehrst.“

„Ich habe es gespürt, wie du mir von hinten ins Genick schielst! Das habe ich gespürt!“

„Ich werde dir nicht mehr von hinten ins Genick schielen!“ (Goetz, Martens: Memoiren, с. 70)

- Указание на факты, опровергающие положение дел, выражаемое пропозицией:

(3) „Na gut. Ich kannte den Wachtmann nicht.“

„Doch, wir haben Ihre Briefe zu ihm gefunden.“ (Babson: Der Tod kam auf Samtpfoten, с. 125)

(4) „Ich hatte mit dem Verstorbenen keinen Streit.“

„Die Zeugen wollen die Schreie und dumpfe Schläge gehört haben.“ (Babson: Der Tod kam auf Samtpfoten, с. 29)

- Указание на противоречивость положения дел, выражаемого пропозицией:

(5) „So, keinen Pfennig, aber die Schule hast du gestern und heute geschwänzt. Ich werd erzählen, daß du nicht krank bist.“

„Aber Kartoffeln mußte ich lesen.“

„In der Kieskuhle hast du Kartoffeln gelesen?“

„Na, dann ... komm ich eben mit.“ (Strittmatter: Tinko, с. 20)

(6) „Mailand, für ein paar Tage.“

„Für ein paar Tage haben Sie aber ganz schön Gepäck dabei.“

Sie war einfach ungeschickt im Lügen. (Prinz: Mode, Mord und Models, с. 188)

- Указание на то, что адресат не верит, что выраженное положение дел истинно. В этом случае употребляются высказывания с глаголом *glauben* + отрицание:

(7) „Na also!“ Er rieb zärtlich seine Nase gegen die ihre. „Nächstes Jahr haben wir eins, darauf kannst du dich verlassen.“

Sie wurde ganz rot. „Dann haben wir zwei, Konrad. Martina ist auch unser Kind. Ich fühl's doch. Du mußt morgen mit zum Richter kommen!“

„Rikchen, ich glaube nicht daran, daß es unser Kind ist.“ (Horster: Suchkind 312, с. 284)

- Указание на то, что выраженное положение дел не соответствует действительности при помощи высказываний типа *Es ist nicht wahr*, *Es ist nicht möglich*, *Quatsch*, *Absurd*, *Unsinn*, *Wahnsinn* и т.п. Такие высказывания носят категоричный характер:

(8) „Ja, ich habe die Tür aufgebrochen, ich wollte in das Theater, was mir nicht zustand, aber ...

Wir haben doch heute vormittag darüber gesprochen, ich wollte noch einmal den Ort ihrer Größe betreten. ... Zu ihrem Andenken ein Gebet sprechen, auf der Bühne, die sie groß und noch

anbetungswürdiger gemacht hätte, wenn ...“

„Blank, Ihr redet Unsinn! Gebete könnt Ihr an ihrem Grab sprechen oder in der Kirche.“ (Oelker: Loretta's letzter Vorhang, c. 230)

- Исправление говорящего. Употребляя высказывания типа *Das ist nicht richtig, Sie haben nicht Recht, Sie irren sich, Das ist ein Irrtum* и т.п., адресат высказывает, на его взгляд, истинную пропозицию:

(9) *„Patricia, dieser Kunde interessiert sich für ein Sweatshirt“.*

„Das ist so nicht ganz richtig, ich möchte eigentlich diese Postkarten kaufen.“

„Sie müssen entschuldigen, aber meine Freundin hat eine ziemlich offensive Verkaufsstrategie.“

„Und ich bin sicher, daß diesem jungen Mann das Sweatshirt gut stehen würde.“

„Unsinn, es ist nicht sein Stil.“ (Prinz: Mode, Mord und Models, c. 19)

- Эмоциональное выражение невозможности положения дел, передаваемого пропозицией:

(10) *„Tu doch nicht so!“ schrie Peter jetzt ohne alle Beherrschung. „Das ist doch ein abgekartetes Spiel! Glaubst du, ich weiß nicht, worauf das Ganze hinzielt? Ihr wollt Sabine und mich auseinanderbringen!“*

„Daß Gisela in Boston Architektur studieren wird, ist doch nur Zufall...“

Peter bemerkte die kleine Unsicherheit zwischen den Worten seines Vaters. „Gisela und Zufall! Daß ich nicht lache!“ stieß er hervor. (Fischer: Verbotene Liebe, c. 121)

- Побуждение не исказить положение дел, например:

(11) *„Es muß im Oktober 1959 gewesen sein! Damals erhielt ich den ersten furchtbaren Schrecken!“*

„Erzähl doch keine Märchen,“ sagte er. (Fischer: Versuchung in Rom, c. 309)

Реактивные РА в немецкоязычном неискреннем дискурсе могут относиться и к имплицитным пропозициям: пресуппозициям и импликатурам. Реплики, ориентированные на пресуппозиции и имплицитную РА, обеспечивают смысловую связность

диалога, хотя такая реакция нарушает программу диалога [2, с. 57; 6; 10, с. 311–312]. Следующий дискурсивный фрагмент иллюстрирует реакцию на ложную пресуппозицию высказывания, которая одновременно выступает в роли дискурсивной имплицитур, поскольку передаётся говорящим намеренно. Говоря о том, что актёры много ездят (что само по себе является истинным утверждением), говорящий вкладывает в своё высказывание ложную пресуппозицию о том, что он якобы актёр и поэтому вынужден много ездить; адресат насмешливо реагирует на такое бахвальство:

(12) *„Als Schauspieler kommt man unheimlich viel herum“, sagte er. „Heute kleines Fernsehspiel in Hamburg, morgen Theater in München.“*

Seine Zuhörer schienen beeindruckt.

„Jeder hier weiß, daß du ein Taxifahrer im neunzehnten Semester bist, der sich ab und zu als Komparse verpflichtet“, flüsterte ich in sein Ohr. „Kleines Fernsehspiel in Hamburg, daß ich nicht lache.“ (Gier: Die Laufmaschine, c. 177)

О.И. Герасимова отмечает, что реакция на имплицитный РА предполагает логический приоритет буквального смысла, т.е. более частотной является реакция на эксплицитный смысл РА [6, с. 48]. Однако, это касается только искренних РА. В случае же негативной реакции на неискренний имплицитный РА она касается имплицитного смысла, который верифицируется адресатом как ложный и сигнализирует о неискренности говорящего.

Как видно из примеров, негативная реакция на пропозицию имеет место чаще всего в случае неискренних ассертивов (1, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 12), но возможно также такое реагирование на неискренние директивы (в примере 9 это косвенное неискреннее побуждение показать покупателю джемпер) и на неискренние оправдания (2, 5). Большинство РА, представляющих негативную реакцию на пропозицию РА с нарушением условия искренности, принадлежат к ассертивному типу (1, 3, 4, 6, 7, 9), встречаются также реактивные квеситивы (5), директивы (11) и экспрессивы (2, 8, 10, 12).

Таким образом, анализ негативных реакций на неискренние РА показал, что на основании соб-

ственной оценки пропозиции, дискурсивного контекста, вербальных и невербальных сигналов неискренности адресат делает вывод о неискренности говорящего и выражает этот вывод, исправляя говорящего, побуждая его не исказить положение дел, передаваемое пропозицией, отрицая это положение дел, указывая на опровергающие его факты, на его противоречивость, на свое недоверие, на то, что оно не соответствует действительности или является невозможным.

К перспективам исследования относим рассмотрение реакций на иллюкцию и перлюкцию РА с нарушением условия искренности в немецкоязычном диалогическом дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Феномен второй реплики или пользе спора / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка: Противоречивость и аномальность текста. – М. : Наука, 1990. – С. 175–189. 2. Арутюнова Н.Д. Диалогическая модальность и явление цитации / Н.Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. – М. : Наука, 1992. – С. 52–79. 3. Арутюнова Н.Д. Речеповеденческие акты и истинность / Н.Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. – М. : Наука, 1992. – С. 6–39. 4. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл / Н.Д. Арутюнова. – [изд. 4-е, стереотипное]. – М. : Эдиториал УРСС, 2005. – 384 с. 5. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки : [монография] / Вольф Е.М. – М. : Наука, 1985. – 228 с. 6. Герасимова О.И. Прагматическая детерминированность ответных реплик / О.И. Герасимова // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин : Изд-во Калинин. гос. ун-та, 1985. – С. 44–48. 7. Колокольцева Т.Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи / Т.Н. Колокольцева. – Волгоград : Волгоград. гос. ун-т, 2001. – 260 с. 8. Мозгова Н.Г. Логика : [навч. посіб.] / Мозгова Н.Г. – К. : Каравела, 2007. – 248 с. 9. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения / Никитин М.В. – М. : Высшая школа, 1988. – 168 с. 10. Падучева Е.В. Прагматические аспекты связности диалога / Е.В. Падучева // Изв. АН СССР. – Сер. лит. и яз. – 1982. – № 4. – С. 305–313. 11. Плеханова Т.Ф. Дискурсивно-диалогическая концепция художественного текста : автореф. дисс. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки“ / Т.Ф. Плеханова. – Минск, 2005. – 32 с. 12. Потыкина В.Л. Активация контекст-

них ресурсов в негативной реакции на достоверность высказывания / В.Л. Потыкина // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. – 2001. – № 537. – С. 93–99. 13. Саввина Е. Н. Движение информации в диалоге / Е.Н. Саввина // Диалоговое взаимодействие и представление знаний : сб. науч. тр. ; под ред. А.С. Нариньяни. – Новосибирск. – 1985. – С. 27–38. 14. Серль Дж. Р. Классификация иллюкутивных актов / Дж. Р. Серль ; пер. с англ. В.З. Демьянкова // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 170–194. 15. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / Телия В.Н. – М. : Школа „Языки русской культуры“, 1996. – 288 с. 16. Труб В.М. О коммуникативных аспектах отрицания как негативной оценки истинности / В.М. Труб // Вопросы языкознания. – 1994. – № 1. – С. 44–61. 17. Hundsnurscher F. Dialoganalyse und Literaturbetrachtung / F. Hundsnurscher // Concepts of Dialogue: Considered from the Perspective of Different Disciplines. – Tübingen : Niemeyer, 1994. – P. 77–105. 18. Liedtke F. Performativität, Sprechhandlung, Wahrheit / F. Liedtke // ZPSK. – 1990. – Heft 43. – S. 515–533. 19. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik / M. Schwarz. – Tübingen : Franke, 1990. – 219 S. 20. Wunderlich D. Zur Konventionalität von Sprechhandlungen / D. Wunderlich // Linguistische Pragmatik. – Frankfurt am Main : Athenäum, 1972. – S. 11–59.

ИСТОЧНИКИ

ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Babson M. Der Tod kam auf Samtpfoten / Babson M. – Bergisch Gladbach : Bastei-Verl. Lübbe, 1996. – 189 S. 2. Busch A. C. Mord stinkt zum Himmel : [Krimi] / Busch A. C. – Düsseldorf : Econ-Taschenbuch-Verlag, 1996. – 305 S. 3. Fischer M. L. Verbotene Liebe : [Roman] / Fischer M. L. – Klagenfurt : Buch und Welt Verlag, 1983. – 256 S. 4. Fischer M. L. Versuchung in Rom : [Roman] / Fischer M. L. – Köln : Lingen Verlag, 1984. – 359 S. 5. Gier K. Die Laufmaschine : [Roman] / Gier K. – Hattersheim : Verlag Graberg & Görg, 1982. – 216 S. 6. Goetz C. Memoiren / C. Goetz, V. von Martens. – Stuttgart : Deutsche Verlags-Anstalt, 1969. – 524 S. 7. Horster H.-U. Suchkind 312 : [Roman] / Horster H.-U. – Köln : Lingen Verlag, 1981. – 478 S. 8. Oelker P. Loretta's letzter Vorhang : [Ein historischer Kriminalroman] / Oelker P. – Hamburg : Rowohlt, 1998. – 395 S. 9. Prinz Th. Mode, Mord und Models : [Krimi] / Prinz Th. – Düsseldorf : Econ-Taschenbuch-Verlag, 1995. – 216 S. 10. Strittmatter E. Tinko / Strittmatter E. – Berlin : Kinderbuchverlag, 1955. – 445 S.

УДК 81'42:[811.111+811.161.2]

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЄВОГО АПАРАТУ
АКАДЕМІЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ
(на базі веб-ресурсів вnz України та англомовних країн)**

Т.К. Варенко, канд. пед. наук (Харків)

Стаття присвячена порівняльному аналізу поняттєвого апарату академічного дискурсу в англійській та українській мовах на предмет пошуку термінологічних відповідників у контексті забезпечення єдності академічної термінології для використання на веб-ресурсах вищих навчальних закладів України.

Ключові слова: академічний дискурс, англомовний академічний дискурс, веб-ресурси вищих навчальних закладів, поняттєвий апарат академічного дискурсу, україномовний академічний дискурс.

Варенко Т. К. Сравнительный анализ понятийного аппарата академического дискурса в украинском и английском языках на базе веб-ресурсов вузов Украины и англоязычных стран. Стаття посвящена сравнительному анализу понятийного аппарата академического дискурса в украинском и английском языках на предмет поиска терминологических соответствий в контексте выработки единства академической терминологии для использования на веб-ресурсах высших учебных заведений Украины.

Ключевые слова: академический дискурс, англоязычный академический дискурс, веб-ресурсы высших учебных заведений, понятийный аппарат академического дискурса, украиноязычный академический дискурс.

Varenko T. K. Comparative Analysis of Academic Discourse Notional Apparatus in English and Ukrainian based on Websites of Higher Educational Institutions of Ukraine and English-speaking countries. The article provides a comparative analysis of the notional apparatus of academic discourse in Ukrainian and English for the purpose of finding terminological equivalents in terms of elaborating a uniformity of terms to be used on websites of higher educational institutions of Ukraine.

Key words: academic discourse, academic discourse notional apparatus, English academic discourse, Ukrainian academic discourse, websites of higher educational institutions.

Актуальність цього дослідження, виконаного в межах міжнародного проекту дистанційної освіти, зумовлена зростаючою кількістю англомовних версій веб-ресурсів вищих навчальних закладів України та відсутністю жодних єдиних стандартів англійської локалізації контенту таких веб-ресурсів як в Україні, так і за її межами.

Метою цього дослідження є порівняльний аналіз поняттєвого апарату академічного дискурсу в українській та англійській мовах та випрацювання практичних рекомендацій щодо адекватного використання та забезпечення єдності термінології, вживаної у межах англомовних версій веб-ресурсів вищих навчальних закладів України.

Об'єкт дослідження – академічний дискурс україномовних та англомовних версій веб-ресурсів вищих навчальних закладів.

Предмет дослідження – поняттєві й термінологічні відповідності академічного дискурсу в українській та англійській мовах на веб-ресурсах вищих навчальних закладів України та англомовних країн.

Матеріалом дослідження стали 100 веб-ресурсів українських вищих навчальних закладів та 100 веб-ресурсів провідних вищих навчальних закладів англомовних країн. Вибір у якості орієнтиру університетів саме англомовних країн зумовлений тим, що, по-перше, англійська мова у цих кра-

їнах є рідною, тоді як англomовні версії веб-ресурсів вищих навчальних закладів неанглomовних країн є перекладом з локальних мов, а по-друге, саме в нз англomовних країн (зокрема, США, Великої Британії та Канади) займають провідні позиції у міжнародних рейтингах. Зокрема, у рейтингу Webometrics серед перших 100 вищих навчальних закладів 72 знаходяться у США, Великій Британії та Канаді, причому серед перших 50 їх число становить 42, з яких перші 18 позицій належать саме університетам США та Великої Британії.

Аналіз українського академічного дискурсу веб-ресурсів українських університетів дозволив зробити висновок, що в Україні відсутні будь-які єдині стандарти чи вимоги до представлення контенту таких веб-ресурсів англійською мовою, що призводить до неоднозначного розуміння елементів англomовних версій неукраїномовними відвідувачами таких веб-ресурсів.

Так, наприклад, на проаналізованих українських веб-ресурсах виявлені суттєві безсистемні розбіжності у транслітерації прізвищ та імен осіб і місцевих географічних назв українського походження, хоча, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 55 від 27 січня 2010 р. “Про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею”, вони повинні транслітеруватися шляхом відтворення кожної літери латиницею за єдиним зразком, наведеним у вищезазначеній постанові [2]. Власні назви іноземного походження не транслітеруються за цими правилами, а для їхнього відтворення англійською використовуються відповідники мови оригіналу чи їхні усталені англomовні відповідники, якщо мова оригіналу не використовує літер латинського алфавіту, наприклад: *Анна Ланеруз* – *Anne Laperrouze*, *Войцех Вжосек* – *Wojciech Wrzosek*, *Ендрю Уотхей* – *Andrew Wathey*, *Габріеле Бауманн* – *Gabriele Baumann*, *Єжи Топольський* – *Jerzy Topolski*, *Ян Гранат* – *Jan Granat*, *Університет Хоккайдо* – *Hokkaido University*, *Університет імені Адама Міцкевича* – *Adam Mickiewicz University*.

При написанні англійською українських прізвищ, по батькові та імен слід враховувати, що в інозем-

них країнах по батькові, як правило, не використовується, отже у перекладі рекомендується залишати лише ім'я та прізвище, причому саме у такій послідовності: спочатку ім'я, а потім прізвище, наприклад: *Катерина Володимирівна Артющенко* (*К. В. Артющенко*) – *Kateryna Artiushenko*. Крім того, імена та прізвища слід передавати англійською повністю, без скорочень. При цьому, якщо ім'я супроводжується посадою та/або вченим званням, звання стоїть перед іменем, а посада – після, наприклад: *директор Центру міжнародного співробітництва, доцент О. О. Шаповалова* – *Associate Professor Olena Shapovalova, Director of the Center for International Cooperation*.

Назви структурних підрозділів в українській та англійській мовах також мають певні особливості, на які слід звернути увагу.

Так, у назвах центрів, інститутів, університетів українською мовою з великої літери пишеться лише перше слово, в той час як в англійській мові у таких назвах з великої літери пишуться усі значимі частини мови (іменники, прикметники, дієслова, прислівники, займенники), а з малої – лише допоміжні частини мови (частки, прийменники, крім тих, що складаються з 5 та більше літер), наприклад: *Центр міжнародного співробітництва* – *Center for International Cooperation*, *Науково-дослідний інститут астрономії* – *Research Institute of Astronomy*, *Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна* – *V. N. Karazin Kharkiv National University*. Крім того, в англійській мові у назвах факультетів, кафедр, відділів, лабораторій та усіх інших структурних підрозділів всі значимі частини мови також пишуться з великої літери, що не притаманно їхнім українськомовним відповідникам, наприклад: *факультет іноземних мов* – *School of Foreign Languages*, *кафедра міжнародного права* – *Department of International Law*, *юридичний відділ* – *Legal Department*.

У назвах структурних підрозділів, які названі іменами видатних осіб, в українській мові власне ім'я ставиться після назви відповідного підрозділу та вводиться словом “імені”, в той час як у англо-

мовних відповідниках власне ім'я передає назву підрозділу, а слово “імені” взагалі ніяк не передається, наприклад: *Abraham Lincoln University – Університет імені Авраама Лінкольна, Benjamin Franklin Institute of Technology – Технологічний інститут імені Бенджаміна Франкліна, кафедра теоретичної ядерної фізики та вищої математики імені О. І. Ахієзера – A. I. Akhiezer Department of Theoretical Nuclear Physics and Higher Mathematics; Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна – V. N. Karazin Kharkiv National University; Центр краєзнавства імені П. Т. Тронька – P. T. Tronko Center for Area Studies.*

Як свідчить аналіз англomовного матеріалу останнього десятиліття, відповідниками українських “факультет” та “кафедра” університету найчастіше виступають *School* та *Department* відповідно, наприклад: *хімічний факультет – School of Chemistry, факультет іноземних мов – School of Foreign Languages, юридичний факультет – School of Law; кафедра генетики та цитології – Department of Genetics and Cytology, кафедра прикладної психології – Department of Applied Psychology, кафедра українознавства – Department of Ukrainian Studies.* Слід зауважити, що англійське “faculty”, співзвучне з українським “факультет”, як правило, має значення “професорсько-викладацький склад” і тому не рекомендується до використання у якості англomовного відповідника цього поняття.

Як свідчить аналіз, англomовним відповідником українського “центр” виступає *Center*, при чому у складі терміну *Center* стоїть на початку та вживається з прийменником *for*, якщо у складі назви переважна більшість іменників, або наприкінці назви, якщо вона складається переважно з прикметників, наприклад: *Центр електронного навчання – Center for eLearning, Центр міжнародного співробітництва – Center for International Cooperation, Українсько-німецький академічний центр – Ukrainian-German Academic Center.*

Ще однією значною відмінністю сучасного англomовного академічного дискурсу є те, що в анг-

лійських назвах відділів, підрозділів, частин тощо, на відміну від їхніх українських відповідників, слово “відділ” взагалі відсутнє, тобто назва складається виключно з функціональної назви діяльності, якою займається відповідний підрозділ, відділ, частина тощо, наприклад: *відділ кадрів – Human Resources, відділ міжнародних програм та академічної мобільності – International Programs and Academic Mobility, відділ методів обробки зображень – Image-Processing Techniques, відділ теоретичної хімії та астрохімії – Theoretical Chemistry and Astrochemistry.* Крім того, для англійських назв підрозділів більш характерним є вживання іменників у множині, тоді як їхні українські відповідники віддають перевагу однині, наприклад: *архів – Archives, бухгалтерія – Accounts, відділ кадрів – Human Resources.*

Аналогічно до назв структурних підрозділів, посади, які належать до вищого адміністративного апарату, в англійській мові пишуться з великої літери, наприклад: *Ректор – President, Перший проректор – First Vice-President.* Крім того, для англійської мови, на відміну від української, характерно з великої літери писати посади, які обіймають керівники структурних підрозділів та їхні заступники, наприклад: *декан медичного факультету – Dean of the School of Medicine, заступник декана з наукової роботи – Associate Dean for Research, директор Центру міжнародної освіти – Director of the Center for International Education, начальник відділу кадрів – Head of Human Resources.*

Слід також відмітити, що в українській мові назви посад відрізняються від їхніх відповідників в англійській тим, що в англійській мові для опису певного виду діяльності, пов'язаного з відповідною посадою, не використовується слово “робота”, що є розповсюдженою практикою в українській академічній терміносистемі. Англійські назви посад, як правило, вказують на функціональні обов'язки особи, яка обіймає ту чи іншу посаду, наприклад: *заступник декана з навчально-методичної роботи – Associate Dean for Academics and Methods of Teaching, проректор з науково-педагогічної*

robotu – Vice-President for Research and Teaching.

Особливе місце в академічному дискурсі належить термінам-назвам наукових ступенів, не всі з яких мають дзеркальні відповідники в українській та англійській мовах. Так, українським ступеням бакалавра та магістра відповідають англійські *Bachelor's degree* та *Master's degree*. Терміни, що означають наукові ступені “кандидат наук” та “доктор наук” як реалії українського академічного дискурсу, є більш складними з точки зору підбору англійських відповідників. І хоча в англійському академічному дискурсі існують схожі реалії *PhD (Doctor of Philosophy)* та *DSc (Doctor of Science)*, вони не є перекладом українських “кандидат наук” та “доктор наук”, адже, як відомо, реалії не перекладаються іншими реаліями, а українські ступені “кандидат наук” та “доктор наук” не є повними відповідниками англійських *PhD* та *DSc*. По-перше, це обумовлено тим фактом, що Україною підписано угоди про взаємовизнання вищих наукових ступенів рівня кандидата та доктора наук лише з 22 державами, більшість яких є країнами пострадянського простору, жодна з яких не належить до англійських країн. По-друге, у деяких англійських країнах існує лише один вищий науковий ступінь (*PhD*), а не два, як в Україні. По-третє, з часів Радянського Союзу в англійському академічному дискурсі історично закріпилася практика використання *Candidate of Sciences* та *Doctor of Sciences* для позначення ступенів кандидата та доктора наук відповідно як реалій академічного дискурсу країн нині пострадянського простору [1, с. 188-189]. Таким чином, адекватні відповідники українських ступенів кандидата та доктора наук вважаються саме останні англійські варіанти *Candidate of Sciences* та *Doctor of Sciences*, причому слід зауважити, що лексема

“наук” (“Sciences”) в англійських відповідниках майже не зустрічається, а здебільшого використовується лише назва відповідної науки в однині, наприклад: *кандидат/доктор архітектурних наук – Candidate/Doctor of Architecture*, *кандидат/доктор біологічних наук – Candidate/Doctor of Biology*, *кандидат/доктор економічних наук – Candidate/Doctor of Economics*, *кандидат/доктор історичних наук – Candidate/Doctor of History*, *кандидат/доктор медичних наук – Candidate/Doctor of Medicine*. Крім того, варто відмітити, що англійським відповідником поняття “кандидат/доктор педагогічних наук” у більшості випадків є *Candidate/Doctor of Education*, а не *Candidate/Doctor of Pedagogy* чи *Candidate/Doctor of Pedagogical Science*.

Ще одним цікавим спостереженням є специфіка представлення напрямів підготовки фахівців. По-перше, для українського академічного дискурсу характерна більша деталізація, коли при зазначенні напрямку підготовки, окрім безпосередньо напрямку вказують також спеціальність та спеціалізацію, наприклад: *Напрямок: філологія, Спеціальність: переклад, Спеціалізація: мова і література (іспанська мова та література)*. Англійському академічному дискурсу притаманна більша ступінь генералізації при зазначенні напрямку підготовки, але кожному напрямку зазвичай передують уточнення, за яким кваліфікаційним рівнем цей напрям підготовки реалізується, наприклад: *B.S. in Business Communication*, *M.S. in Mental Health Counseling*, *M.S. in Archeology*, *Ph.D. in Public Policy and Administration*.

Проведене дослідження також дозволило виявити деякі відповідники назв навігаційних елементів терміносистеми академічних веб-ресурсів українською та англійською мовами, що підсумовані у табл. 1.

Таблиця 1

**Українсько-англійські відповідники
навігаційних елементів веб-ресурсів ВНЗ**

| Назва навігаційного елементу українською | Назва навігаційного елементу англійською |
|---|---|
| Мапа сайту | Site Map |
| Головна (сторінка) | Home |
| Про (факультет/кафедру) | About |
| Навчання/Навчальна робота | Academics |
| Наука/Наукові дослідження | Research |
| Абітурієнту | Admissions |
| Студенту | Current Students |
| Аспірантура | Postgraduate Programs |
| Докторантура | Doctoral Programs |
| Інноваційна робота | Innovations |
| Керівництво (університету/факультету) | Administration/Leadership |
| Напрями підготовки | Majors |
| Перспективи після навчання | Prospects after Graduation |
| Персональний склад (факультету/кафедри) | (School/Department) Faculty |
| Спеціалізована вчена рада | Thesis Committee |
| Виховна робота | Character Building |
| Культурне життя | Cultural Life |
| Студентське життя/дозвілля | Student Life/Leisure |
| Факультет у соціальних мережах | School in Social Media |

Підбиваючи підсумки дослідження, зазначимо, що окремі поняття україномовного та англійського академічного дискурсу, відображені на веб-ресурсах вищих навчальних закладів України та англійських країн, не завжди мають повні відповідники. Спостерігається специфіка академічної термінології, що зумовлена особливостями відповідної мови, усталеною практикою вживання та/або історично закріпленими зразками передачі реалій академічного дискурсу.

Зважаючи на те, що у межах цієї статті аналіз українсько-англійських відповідників не є вичерпним і не охоплює всі аспекти та особливості україномовного та англійського академічних дискурсів на веб-ресурсах вищих навчальних закладів України та англійських країн, перспектива дослідження вбачається, по-перше, у розширенні спектру дослідження українсько-англійських відпо-

відників академічного дискурсу на веб-ресурсах вищих навчальних закладів, по-друге, у формуванні на їхній основі практичних рекомендацій, посібника або довідника для забезпечення єдності термінології, вживаної в англійських версіях веб-ресурсів українських вищих навчальних закладів, і, по-третє, у забезпеченні стандартизації термінів для реалізації комунікативних зв'язків та інформаційно-документаційної діяльності вищих навчальних закладів англійською мовою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Поуви Д. Пособие по педагогической терминологии / Д. Поуви, И. Ушли : учеб. пособие ; 2-е изд., испр. и доп. – М. : Высш. шк., 1982. – 239 с.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 27 січня 2010 р. № 55 “Про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/55-2010-п>

УДК 65.012.124 (045)

ПРОБЛЕМА РОЛЬОВОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ КОМУНІКАНТІВ У СУЧАСНИХ ДИСКУРСИВНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Т.А. Пастернак, канд. філол. наук (Київ)

У статті висвітлюється проблема рольової диференціації комунікантів в інституційних та неінституційних дискурсах. Здійснюється порівняльний аналіз конструктивістської та конверсаційно-аналітичної теорій комунікативних ролей в ракурсі дискурсивних досліджень.

Ключові слова: дискурс, комунікативна роль, рольова категорія, теорія ролей.

Пастернак Т.А. Проблема ролевой дифференциации коммуникантов в современных дискурсивных исследованиях. В статье рассматривается проблема ролевой дифференциации коммуникантов в институциональных и неинституциональных дискурсах. Проводится сравнительный анализ конструктивистской и конверсационно-аналитической теорий коммуникативных ролей в ракурсе дискурсивных исследований.

Ключевые слова: дискурс, коммуникативная роль, ролевая категория, теория ролей.

Pasternak T.A. The problem of role positioning of communicants in modern discursive studies. The article deals with the problem of communicative roles of interactants both in institutional and non-institutional discourses. The comparative analysis of constructive and analytical-conversational theories of communicative roles in discourse studies is carried out.

Key words: communicative role, discourse, role category, role theory.

У сучасній лінгвістиці проблему рольової диференціації комунікантів висвітлювали такі дослідники, як С. Волкер, В.І. Карасик, Ю.Н. Караулов, Н.К. Кравченко, В.В. Красних, Т.В. Радзієвська, К.Ф. Седов, Г. Сакс, І.П. Тарасова, Дж. Херітедж, Є. Щеглов та інші. Однак, попри численні наукові праці, відсутній порівняльний аналіз існуючих підходів та теорій комунікативних ролей в інституційних та неінституційних дискурсах. Актуальність зазначеної тематики визначається тим, що рольовий аналіз комунікативних суб'єктів дає можливість передбачити варіанти людської поведінки у процесі інтеракції та визначити ключові особистісні та професійні характеристики інтерактантів. Об'єкт аналізу – дослідження сучасних вітчизняних та зарубіжних науковців, що займалися проблемою рольової диференціації. Предмет дослідження – комунікативні ролі учасників дискурсу, рольове позиціонування, механізми розподіл

ролей. Мета статті – проаналізувати та порівняти існуючі підходи та теорії комунікативних ролей, визначивши поняття *комунікативної ролі*.

Основоположниками теорії ролей вважаються американський соціальний психолог Дж. Мід та антрополог Р. Лінтон, що зосереджували свої дослідження на вивченні міжособистісної взаємодії індивідів, в результаті якої породжувалися та закріплювалися, а згодом повторювалися соціальні ролі як очікувані моделі поведінки. У подальших дослідженнях соціально-комунікативні ролі розглядалися у трьох аспектах [12]:

1) суспільному (роль як система загальних уявлень та очікувань стосовно поведінки людини, що має певний соціальний статус та займає певне положення, по відношенню до людей з іншими соціальними статусами);

2) особистісно-орієнтованому (роль як система певних специфічних очікувань по відношенню

до власної особи з боку людини, що займає певне становище / статус у суспільстві й представляє власну поведінку у взаємодії з іншими людьми);

3) інтерактивному (роль як прояв поведінки, в тому числі комунікативної, людини, що займає певне становище / статус у суспільстві).

Зазначені соціологічні характеристики ролі відображені у лінгвістичній концепції комунікативної особистості, яка „розщеплюється” на різноманітні іпостасі для реалізації комунікативних ролей [7]. О.В. Тарасова зазначає, що комунікативна особистість проявляється на трьох рівнях, котрі відповідають основним комунікативним контекстам: мікроконтексту міжособистісного спілкування, соціокультурному контексту і метаконтексту концептуальної системи, що відображає бачення світу, яке склалося в суспільстві, до якого належить співрозмовник [8]. Роль розглядається сучасною лінгвістикою як система комунікативних проявів індивіда, для якої характерні „шаблонність” взаємних прав і обов’язків, рольове „очікування”, „фіксованість” комунікативної поведінки, обумовленість соціальними характеристиками: соціальним статусом, віковим, гендерним та іншими чинниками. На думку деяких вчених, соціальний статус комунікантів служить однією з центральних дискурсивних категорій, оскільки „комунікант нерідко бере участь у спілкуванні не як глобальна особистість, а як параметризована, що виділяє одну зі своїх соціальних ролей або домінуючу серед інших” [5, с. 166].

Серед найтипівіших характеристик рольової взаємодії дослідники виокремлюють певні типи відносин у комунікативній парі „адресант – адресат”, а саме:

а) асиметричні взаємовідносини (роль першого інтерактанта є домінантною по відношенню до ролі другого інтерактанта; роль одного з інтерактантів є субординаційною);

б) симетричні рольові позиції (ролі обох учасників інтеракції є рівноправними) [3].

Рівноправність комунікативних ролей учасників спілкування визначається відсутністю залежності між ними. Комунікативна роль одного з учасників

спілкування є домінантною у тому випадку, якщо від нього якимось чином залежить другий інтерактант. В інституційному дискурсі спостерігається асиметричність ролей учасників, де статусна роль представника інституту вища за соціальну роль його співрозмовника. У випадку спілкування між двома рівностатусними представниками однієї або різних інституцій можливе рівноправне рольове позиціонування.

Дослідження рольової диференціації враховує також інші чинники, серед яких Є.Ф. Тарасов виділяє типи рольової комунікації, а саме [9]:

- за ознакою визначеності, фіксованості рольової структури: ролі нормовані (спілкування командира і підлеглого йому солдата) і ненормовані (спілкування пересічних громадян на вулиці);
- за ознакою дотримання / недотримання соціальних (етичних) норм: ролі, санкціоновані суспільством (спілкування продавця й покупця в магазині), та несанкціоновані („бесіда” грабіжника з жертвою пограбування);
- за ознакою типовості для певного суспільства: ролі стандартні (спілкування лікаря з пацієнтом) і нестандартні (повчання дорослих підлітком).

У ракурсі сучасної лінгвістичної теорії комунікативних ролей існує два основних підходи до вивчення комунікантів / їх ролей в інтеракціях: традиційний та конверсаційно-аналітичний (етнометодологічний). Традиційний підхід є за своєю сутністю перформативним, конструктивістським (з вектором аналізу від макродискурсивних категорій до їх втіленнях у локальних інтеракціях). Згідно з цим підходом соціальна роль комуніканта впливає з його більш-менш постійного статусу, визначаючи тип комунікативної поведінки у конкретному спілкуванні з урахуванням очікувань суспільства відносно людини, яка має відповідну соціальну функцію. Це більш або менш фіксовані стандарти поведінки і діяльності, що актуалізують взаємозв’язок соціальних характеристик особистості і її мови. Іншими словами людина „виконує” (performs) роль у відповідності до певного набору своїх соціальних характеристик, що визначаються її соціальним статусом.

Згідно з традиційним підходом комунікативні ролі поділяються на статусні, позиційні та ситуаційні. Статусна роль комуніканта визначає його відносно постійний статус, який він має від народження як належність до певної статі, віросповідання, етносу: українець / українка, католик / католичка, жінка / чоловік. Позиційна роль є зовнішньо обумовленою та набутою завдяки особистим зусиллям і відповідає місцю людини в суспільстві (професії, соціальному статусу: лікар, голова сільради, волонтер). Ситуаційна роль є варіативною і залежить від конкретної ситуації: покупець, пасажир, підлеглий, друг, жертва тощо [6, с. 167]. Ситуаційні ролі поділяються на специфічні та дифузні (особистісні). Умовою „програвання” специфічних ролей є певні зовнішні умови, в межах яких відбувається засвоєння правил спілкування: пасажир, глядач, відвідувач музею та інші. Дифузні ролі визначаються ціннісними / моральними орієнтаціями особистості: друг, ворог, порядна людина та інші. В межах таких ролей формуються ціннісні орієнтації, засвоюються моральні цінності суспільства.

Нечіткість традиційної класифікації і, відповідно, складність відмежування її компонентів, полягає, на наш погляд, у тому, що згідно з існуючими дефініціями статусу як стійкого положення у соціальній системі, набутого від народження або в результаті власних зусиль [1, с. 168–169], будь-яку роль можна вважати статусною. Наприклад, позиційна роль „вчителя” або ситуаційна роль „покупця” є статусними, оскільки реалізують соціальне положення комунікантів, набуте в результаті особистої або кооперованої діяльності. Крім того, будь-яка особистість є носієм кількох, іноді взаємопротилежних або споріднених статусів, оскільки є членом різних груп, об’єднань чи інститутів, в яких займає певні позиції.

Іншим „слабким” місцем традиційного підходу є, на нашу думку, те, що аналізуючи ролі інтерактантів, дослідник апріорі враховує їх соціальні / постійні характеристики і прогнозує ролі, які можуть ними виконуватися, ґрунтуючись на власних знаннях і уявленнях про характеристики соціальних категорій і вбачаючи їх в інтеракціях.

Обмеженість традиційної класифікації у зазначеному аспекті намагається подолати відомий російський дослідник В.І. Карасик, який у своїй моделі мовної особистості підкреслює статусну сутність будь-якої ролі. З позиції соціально-статусного моделювання комунікативної особистості він протиставляє стабільні і варіативні (статусні і статусно-рольові) характеристики суб’єктів. До статусних (стабільних) він відносить біологічні та соціальні характеристики, до статусно-рольових (варіативних) – позиційні, емоційні та ситуаційні ознаки (наприклад, людина, що наказує; схвильована; відповідає на допиті і т. д.). Варіативні характеристики він розуміє як уточнення постійних статусних характеристик. Людина певної статі та віку, певного освітнього та майнового рівня, що належить до певної етнокультурної та соціальної групи, з якою вона себе асоціює, поводитиметься в різних конкретних ситуаціях відповідно до стереотипів поведінки, притаманних їй як носію постійних статусних характеристик. Однак у реальному спілкуванні особистісно-індивідуальне та статусно-представницьке нерозривно пов’язані: пасажир, покупець, пацієнт, пішохід на вулиці реалізують себе в названих ролях, мимовільно виявляючи як особистісні, так і статусно-рольові характеристики у спілкуванні з іншими людьми [2, с. 12].

Схожу класифікацію ролей пропонує Л.П. Крисін, виокремлюючи постійні або довгочасні й ситуаційні ролі. Зокрема, дослідник зауважує, що перша група ролей обумовлена незмінними характеристиками людини (вік, стать, положення в родині, професія, рівень освіченості), друга – характеристиками конкретної ситуації спілкування (ролі пацієнта, пасажирів тощо). У цьому відношенні Л.П. Крисін розглядає „класифікаційні” ознаки, що відображають постійні мовленнєві характеристики тієї чи іншої ролі: „говорить, як вчитель”, „облиш свій прокурорський тон”, „кричить, як базарна баба” та ін. [4, с. 134]. Слід зазначити, що рольова типологія Л.П. Крисіна є варіантом традиційного підходу до розподілу ролей на статусні, позиційні і ситуаційні – з тією різницею, що перші

дві групи узагальнені в одну категорію за критерієм „постійності” (статусні ролі) й „довготривалості” (позиційні).

На відміну від традиційного, конверсаційно-аналітичний підхід (Г. Сакс, Н. Фейрклау, Дж. Херітедж, С. Щеглов), орієнтований на мікроаналіз ролей у дискурсивному оточенні. Конверсаційних аналітиків цікавить не стільки те, як саме виконується роль, скільки те, яким чином її реалізація, обумовлює саму інтеракцію і мовленнєві кроки інтерактантів. Дослідження зосереджені на самих учасниках інтеракції, тобто на тому, які ролі вони обирають для реалізації певних цілей, які ролі підтримуються ними, а які відхиляються / спростовуються як нерелевантні для даного моменту мовленнєвого обміну. Зазначений підхід узгоджується з ідеєю Є. Гофмана про те, що в реальному спілкуванні, в тому числі інституційному, розвиток факторів особистісної взаємодії, що постійно змінюються залежно від конкретної ситуації / ходу в інтеракції, визначає свідомий чи несвідомий вибір інтерактантами тієї чи іншої комунікативної стратегії чи тактики, а також манери спілкування [10]. Тобто, вибір комунікативних ролей учасниками інституційного дискурсу буде визначатися не лише їх інституційним статусом, заданим ситуацією спілкування, а й конкретними ходами інтерактантів, що переслідують локальні інтеракційні цілі. Зазначені цілі можуть виникати в процесі інтеракції і стосуватися різноманітних сфер інтересів особистості, відповідно, вони не можуть бути наперед запланованими і очікуваними. В межах конверсаційно-аналітичного підходу Г. Саксом розроблена концепція аналізу рольових категорій, згідно з якою виділяються три групи (або категорії) ролей: категоріальні, оперативні та споріднені / родинні або реляційні ролі.

Категоріальні ролі визначають приналежність комуніканта до певної соціокультурної групи і асоціюються з постійними характеристиками „узагальнених” комунікативних особистостей: „демократ” (людина з прогресивними ідеями та поглядами на життя та суспільство; представник політичної партії, що захищає та проповідує демократичні цінності), „підліток” (молода особа віком від 13 до 19 років).

Оперативні ролі виникають та змінюються в процесі інтеракції і є менш стабільними та регулярними, виконуючи проміжну функцію (тобто, умовно кажучи, оперативні ролі визначають мовленнєві кроки інтерактантів, а категоріальні – формально-змістовні характеристики інтеракції в цілому). Споріднені ролі вказують на відносини рідних або близьких людей: „мати – дочка”, „друг – друг”, „чоловік – дружина” [11].

Розподіл учасників інтеракції на певні категорії відбувається за принципом „категорії членства” (*membership categorization*), описаним Г. Саксом. Кожна рольова категорія містить певний набір категоріально пов’язаних дій і характеристик, що асоціюються з діями, ознаками та мотивами суб’єктів-членів категорії, в тому числі із сценаріями комунікативної поведінки. Наприклад, існують конвенційні очікування стосовно стандартних дій учасників працевлаштування: кандидат подає на розгляд своє резюме, працівник відділу кадрів його аналізує. Нормальна поведінка, що очікується від кандидата на співбесіду, включає: ввічливе, „слухняне” поводження з інтерв’юером, обов’язкові відповіді на поставлені запитання. Навпаки, непристойна поведінка та відмова відповісти на запитання на співбесіду при прийомі на роботу буде вважатися „не пов’язаною з категорією” і підлягати поясненню. Таким чином, самі категорії є носіями інференційного знання для інтерпретації комунікативної поведінки мовців. Так, якщо один з учасників інтеракції пропонує себе у категорії „торговця”, то від нього будуть очікувати такі комунікативні кроки, як „пропозиція”, „торг”, „оцінювання”, „реклама” та інші дії, пов’язані з купівлею та продажем. Водночас, відсутність схожого сценарію комунікативної поведінки буде вважатися комунікативним збоєм та потребувати пояснення, що міститься у мовленнєвих кроках інтерактантів, спрямовуючи напрям подальшої розмови.

Отже, механізм категорії членства Г. Сакса дає змогу обґрунтувати один з основних принципів етнометодології, який полягає у тому, що спонтанне діалогічне мовлення є жорстко впорядкованим,

а рольова категоризація членів інтеракції обумовлює її розвиток у певних напрямках.

Порівнюючи типологію комунікативних ролей Г. Сакса з традиційною класифікацією, ми можемо відзначити, що категоріальні ролі можуть поєднувати характеристики всіх трьох рольових груп (статусних, позиційних та ситуаційних). Важливим є не стільки приналежність до певного типу, яка є досить умовною, а функція рольової категорії у конкретній інтеракції (як суб'єкт співвідноситься з категорією і яким чином таке співвідношення підтримується, спростовується іншими інтерактантами або активує інші ролі).

Враховуючи вищезазначені параметри та чинники, під *комунікативною роллю* ми розуміємо складну прагмалінгвістичну категорію, обумовлену соціальними (соціальний статус, тип соціальних відносин), культурними (традиції), особистими (вік, стать) чинниками, відповідними когнітивними складниками, зустрічною роллю і взаємним позиціюванням із спільними рольовими очікуваннями з огляду на конкретну комунікативну ситуацію і тип комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика [Электронный ресурс] / Р. Барт. – М. : Прогресс,

1994. – Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/cultur/bart-all.htm#_Тoc34617037 2. Карасик В.И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. 3. Крысин Л.П. Речевое общение и социальные роли говорящих / Л.П. Крысин. // Социально-лингвистические исследования. – М. : Наука, 1977. – С. 42–51. 4. Крысин Л.П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка / Л.П. Крысин. – М. : Наука, 1989. – 186 с. 5. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е.А. Селиванова. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с. 6. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е.А. Селиванова. – К. : Брама, 2004. – 336 с. 7. Степанов Ю.С. В поисках прагматики: проблема субъекта / Ю.С. Степанов // Известия АН СССР, 1981. – Сер. Лит. и яз. – Т. 40. – № 4. – С. 325–332. 8. Тарасова Е.В. Речевая системность в терминах лингвопрагматики / Е.В. Тарасова. // Вісник Харків. нац. ун-ту, 2000. – № 471. – С. 273–279. 9. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие : методология и теория / Е.Ф. Тарасов. // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – С. 5–18. 10. Goffman E. The neglected situation / E. Goffman // Language in social context : [Selected readings]. – Harmondsworth : Penguin, 1979. – P.61–66. 11. Sacks H. Lectures on conversation. 2 vols. / H. Sacks / Emanuel A. Schegloff. – Oxford : Basil Blackwell, 1992. – 343 p. 12. Status generalization : new theory and research / [Ed. by Webster M. Jr., Foschi M.]. – Stanford (Cal.) : Stanford Univ. Press, 1998. – 536 p.

УДК 81'367.7:316.7

ПОЛІТИЧНИЙ ЛОЗУНГ ЯК КУЛЬТУРНИЙ АРТЕФАКТ*І.М. Рудик, канд. філол. наук (Житомир)*

Шляхом аналізу словникових дефініцій у статті встановлено основні ознаки лозунгу: стислість, вплив на адресата, політично, соціально чи ідеологічно значимий характер, наказовість або оцінність. На основі виокремлених ознак запропоновано визначення лозунгу. До факторів дієвості передвиборчого лозунгу віднесено його відповідність культурним нормам, сформованим у даному соціумі. За основу взято поділ культур на колективістські й індивідуалістичні.

Ключові слова: індивідуалізм, колективізм, культура, лозунг.

Рудик І.Н. Политический лозунг как культурный артефакт. С помощью анализа словарных дефиниций установлены основные признаки лозунга: краткость, воздействие на адресата, политически, социально или идеологически значимый характер, побудительность либо оценочность. На основе выделенных признаков разработано определение лозунга. К числу факторов действенности предвыборного лозунга отнесено его соответствие культурным нормам, сформировавшимся в данном социуме. За основу взято разделение культур на коллективистские и индивидуалистические.

Ключевые слова: индивидуализм, коллективизм, культура, лозунг.

Rudyk I.M. Political slogan as cultural artifact. The paper analyses dictionary definitions to single out the basic features of slogans: those of briefness, influence on the addressee, political, social or ideological meaningfulness, imperative or evaluative character. The features yielded by the analysis are incorporated into the definition of slogan. Among factors determining slogan effectiveness the article views its compliance with cultural norms shaped by the society as a dominant one. Cultural analysis is based on classifying cultures into collectivistic and individualistic.

Key words: collectivism, culture, individualism, slogan.

В одній зі своїх нещодавніх статей Г.Г. Почепцов уводить поняття “**сміслової війни**”, визначаючи її як дії, спрямовані на зміну когнітивних процесів усіх сегментів населення через зміну наявних у них механізмів обробки інформації за допомогою концептуального перекладу [3]. Автор відокремлює смисловою війну, з одного боку, від **інформаційної**, метою якої є зміна самих інформаційних потоків, а не механізмів їх інтерпретації; а з іншого – від війни **цивілізаційної**, яка носить пасивний, об’єкт-об’єктний характер, на відміну від війни смислової – активної, з чітко вираженим суб’єкт-об’єктним характером.

Погоджуючись з Г.Г. Почепцовим у тому, що у випадку смислової війни в хід можуть іти й невербальні ресурси (як, наприклад, зразки масової культури: іграшки, меблі, їжа, одяг), вважаємо однак, що саме вербальним ресурсам належить провідна роль у інсталяції та трансформації менталь-

них структур. Підтвердження цієї думки знаходимо й у культуролога, політолога, доктора філософських наук, професора РДГУ І.Г. Яковенка, який виокремлює два засоби (потоки) трансформації ментальності: самоорганізацію соціокультурного цілого й систематичну роботу соціальних і політичних інститутів [6]. До першого потоку автор відносить компетентний аналіз, відбір і укладання корпусу літератури в цілому й казок зокрема, який би формував необхідні матриці свідомості. В межах другого потоку йдеться про роботу державних і недержавних інститутів (насамперед, освітніх), спрямовану передусім на модернізацію як еліти, так і суспільства в цілому. Очевидно, що рушійною силою в обох зазначених потоках є слово – як будівельний матеріал літературного твору та освіти взагалі. Тому процес створення нових культурних цінностей (**трансформації ментальності** – в термінології І.Г. Яковенка, та

© Рудик І.М., 2013

смісловій війні – в термінології Г.Г. Почепцова) спирається здебільшого на вербальні ресурси. “Thinking differently requires speaking differently”, – зауважує Дж. Лакофф, аналізуючи явище **рефреймінгу** як зміни ментальних структур (фреймів) за допомогою мови [8, с. XV].

Спроби рефреймінгу мають місце під час кожних виборів, оскільки учасники передвиборних перегонів прагнуть сформувавши вигідні для себе матриці свідомості електорату. Успішність цих спроб залежить не лише від витрачених на передвиборчу кампанію коштів. Загальновідомо, що значна роль тут належить вдало сформульованому передвиборчому лозунгу (слогану). Політичні лозунги виконують функції, аналогічні функціям лозунгів рекламних: інформують виборців про кандидата, будують асоціацію між кандидатом і його політичними ідеалами, позиціонують цю ідеологію як рушійну чи “модну” на політичному ринку, й роблять її впізнаною, відмінною від інших.

Розглядаючи питання про те, що саме робить лозунги ефективною формою політичної комунікації, звернемося до фундаментального дослідження принципів сучасної риторики, проведеного видатним російським філологом, філософом і культурологом Ю.В. Рождественським. Підсумовуючи культурний і мовленнєвий досвід минулого тисячоліття, вчений стверджує, що технічний розвиток системи мовленнєвих комунікацій призвів до надмірного й часто неконтрольованого зростання “мовленнєвого навантаження” – часу, затраченого на мовлення, у порівнянні з часом, який витрачається на інші, немовленнєві семіотичні дії. За прогнозом Ю.В. Рождественського, з подальшим ускладненням суспільного життя й виробничої сфери мовленнєве навантаження й надалі стрімко зростатиме (що вважаємо цілком логічним, оскільки саме мовлення є провідним видом соціальної діяльності людини). За таких умов важливості набуває якість мовленнєвого навантаження [4].

Таким чином, об’єктом представленого дослідження є політичні лозунги; предметом – їх стилістичні особливості, сформовані під впливом певних культурних ознак. Мета статті полягає у вста-

новленні відповідностей між стилістично-прагматичними характеристиками політичних лозунгів і культурними нормами, сформованими в даному соціумі. Дослідження такої кореляції становить актуальний напрямок сучасної лінгвістики, оскільки дозволяє глибше зрозуміти механізм мовленнєвого впливу на масового адресата в політичній комунікації. Матеріал дослідження складають тексти політичних лозунгів (українською та англійською мовами), використаних під час президентських виборів у США (1950–2012 рр.), Тайваню (1996 р.) і парламентських виборів в Україні (2012).

На початку дослідження виокремимо основні ознаки лозунгу шляхом аналізу його словникових дефініцій, зареєстрованих двома авторитетними й загально визнаними тлумачними словниками сучасної англійської мови – Оксфордським словником англійської мови й Американським словником англійської мови Мерріам-Уебстер. За їх даними, лозунг (slogan) – це:

A: *a word or phrase that is easy to remember, used for example by a political party or in advertising to attract people’s attention or to suggest an idea quickly* [10];

B: *1. a : a war cry especially of a Scottish clan*
b : a word or phrase used to express a characteristic position or stand or a goal to be achieved

2: a brief attention-getting phrase used in advertising or promotion [9].

Таким чином, характерними ознаками лозунгу є **стислість** (*a word or phrase; brief, quickly*), **вплив на адресата** (*easy to remember, to attract people’s attention, to suggest an idea, attention-getting*), а також **політично чи соціально значущий характер** (*a political party, promotion, advertising*).

Визначення, запропоноване Академічним тлумачним словником української мови, відображає аналогічні ознаки лозунгу:

1. *Висловлена у стислій формі ідея, політична вимога, завдання; заклик.*
2. *Умовний знак для дії; попередження, сигнал* [5, с. 39].

Водночас, наведене визначення дозволяє виокремити ще дві ознаки лозунгу – його ідеологічний характер (*ідея*) та наказовість (*вимога*) або оцінність (*заклик*).

На основі проведеного аналізу визначаємо лозунг як **ідеологічно, політично чи соціально значущий текст, оформлений як короткий наказовий або оцінний вираз, метою якого є зміна поведінки чи цінностей адресата.**

Зауважимо, що англ. *slogan* й укр. *лозунг* мають різну етимологію. *Slogan* походить від шотландського *sluagh-ghairm* (*sluagh* – армія, *ghairm* – крик) [9], в той час як *лозунг* є запозиченням з німецької, де іменник *Losung* має, крім проаналізованих значень, ще й таке тлумачення, як *ein vereinbartes Kennwort* (\approx *Parole*) [7]. Це значення відсутнє в сучасних словниках української та російської мови, але його зафіксовано в Тлумачному словнику В.І. Даля:

ЛОЗУНГ м. воен. с немецк. слово, для опознання часовими своїх, при входе и выходе ночью из места расположения войска [1, с. 264].

Саме це визначення, на нашу думку, містить посилання на одну з основних умов успішності (або дієвості) лозунгу: він має сприйматися аудиторією як “свій”. Іншими словами, вирішальним фактором у дієвості передвиборчого слогану є його відповідність нормам і цінностям культури – не стільки конкретної, окремо взятої культури, скільки типу культури.

У своїй монографії „Індивідуалізм і колективізм” професор психології університету Іллінойсу Гаррі Тріандіс виокремлює колективістські й індивідуалістичні культури. Колективістська культура формується в суспільствах, члени яких утворюють згуртовані групи, які захищають їх, вимагаючи натомість абсолютну відданість [12, с. 37]. Колективісти передусім бачать себе частиною цілого: сім’ї, робочого колективу, племені або нації. Носії колективістської культури керуються здебільшого нормами й обов’язками, які накладає на них колектив. Колективістська культура, як зазначає автор, традиційно формується в спільнотах, члени яких займаються сільським господарством. До класичних

колективістських суспільств Г.Тріандіс відносить такі країни, як Японія, Китай, Росія, Філіппіни.

Індивідуалістична культура формується в суспільствах, які характеризуються слабкими зв’язками між окремими членами, звідси – аксіоматична для такого типу культури необхідність самому про себе турбуватися. Носіям індивідуалістичних культур властиво керуватися власними уподобаннями, потребами, правами, віддаючи при цьому перевагу особистим, а не груповим цілям. Серед традиційних занять носіїв індивідуалістичних культур – полювання, рибальство, збирання їстівних продуктів. До країн з вираженими індивідуалістичними культурами в дослідженні Г.Тріандіса віднесено США, Великобританію, Німеччину, Францію [12, с. 26].

Як бачимо, в аналізованій класифікації Китай віднесено до класичних колективістських культур. У цьому контексті спробуємо дослідити основні риси політичних лозунгів, застосованих у китайській провінції Тайвань. Незважаючи на фактичну (економічну й політичну) відокремленість від Китаю, *de jure* Тайвань є китайською територією. Основною мовою в регіоні є китайська, що також дає підстави розглядати тайванську культуру як значною мірою споріднену з китайською, а тому також традиційно колективістською.

Дженіфер Уей у своєму дослідженні “Virtual Missiles: Metaphors and Allusions in Taiwanese Political Campaigns” аналізує політичні слогани, застосовані під час виборів 23 березня 1996 р. – перших прямих президентських виборів у Тайваню. За результатами проведеного дослідження, автор робить висновок про те, що основною метафорою, яка організовує передвиборчий дискурс Тайваню-1996, є метафора війни, згідно якої учасники виборів є ворогами, слова – зброєю, а виборці – союзниками, які приєднуються до військових дій. До найчастотніших лексичних одиниць автор відносить іменники *fight* і *attack* [13, с. 18]. Вважаємо, що така організація дискурсу є цілком очікуваною у класичній колективістській культурі, де, з одного боку, ідентичність окремої особи визначається, передусім, її входженням до певної групи, а з іншого,

групи розділені чітко визначеними кордонами. Саме ці кордони функціонують як критерії ідентифікації інших як “своїх” чи “чужих”. На цій підставі можна стверджувати, що опозиція “свій-чужий” є притаманною політичним лозунгам, орієнтованим на членів колективістських культур.

Така опозиція активно представлена й в українських політичних лозунгах: “*Ми їх зупинимо*”, “*Ми об’єдналися заради Батьківщини*”; особливо характерною, на думку аналітиків, вона є для кампаній Ю.В. Тимошенко [2]. Фіксуємо в вітчизняному політичному дискурсі й систематичне застосування метафори війни, яка дозволяє “... змалювали українську політичну перспективу в реалістичних термінах затяжної військової ситуації, яка не обіцяє швидких розв’язок: вибори – це лише спроба штурму фортеці, вирішальні битви розгоратимуться у постелекторальний час, а боротьба буде складною й тривалою. Квитки не всі отримали. Але війни ніхто не уникне. Передвиборча кампанія ж була часом навчальних маневрів, випробувань риторичної зброї” [2]. Так, ідея боротьби з “ними”, вираженими іноді експліцитно, іноді імпліцитно, простежується в таких лозунгах, як:

Повернути країну народу

Рука не здригнеться змінити все на користь українців

Вила напоготові

Геть шахраїв із влади та ін.

Аналізуючи політичні лозунги, які використовували в своїх кампаніях кандидати в президенти США (для релевантності отриманих результатів звизимо аналізований період до другої половини ХХ – початку ХХІ століття), зауважимо, що в них також функціонує займенник *we*, але він завжди є інклюзивним і не вживається для вираження протиставлення, наприклад:

We still like Ike (1956, Dwight D. Eisenhower)

He is making us proud again (1976, Gerald Ford)

Change We Need (2008, Barack Obama)

Yes, We Can! (2008, Barack Obama)

Фактично, *we* в усіх наведених прикладах можна замінити на *America* без жодних семантичних втрат. Таке вживання імпліцитно присутнього

інклюзивного *we* спостерігаємо в лозунгах, наведених нижче:

It’s morning again in America (1984, Ronald Reagan)

America Needs a Change (1984, Walter Mondale)

The Better Man for a Better America (1996, Bob Dole)

Prosperity for America’s families (2000, Al Gore)

Yes, America Can! (2004, George W. Bush)

Believe in America (2012, Mitt Romney)

Єдиним серед означених вище лозунгів, в якому присутня ідея боротьби з «ними», є *Give “Em Hell Harry* (1948, Harry S Truman).

При цьому слід зауважити, що тлумачні словники англійської мови маркують ідіоматичний вираз *to give someone hell* як розмовний та тлумачать як:

1. *to make life unpleasant for someone*
2. *to shout at or speak angrily to someone* [10];
3. *something that you say in order to tell someone who is going to take part in a competition to try as hard as they can to win: Remember, you’re the best. Now go out there and give them hell!* [11].

Отже, стерта метафора, присутня в цьому виразі, є радше спортивною, ніж військовою; вона концептуалізує їх як суперників, а не ворогів, а взаємодію між *нами* й *ними* – не як криваву боротьбу, а як змагання за титул найдостойнішого, найсильнішого.

Іншою характерною рисою лозунгів, вжитих у сучасному американському політичному дискурсі, є активна апеляція до кожного окремого виборця,

- через застосування займенника другої особи *you*:

The stakes are too high for you to stay at home (1964, Lyndon B Johnson)

In your heart you know he is right (1964, Barry Goldwater)

Are you better off than you were four years ago? (1980, Ronald Reagan)

- або через використання наказового способу дієслова, формально невираженим підметом якого є друга особа *you*:

Go all the way with JFK (1960, John F. Kennedy)

Go clean for Gene (1968, Eugene McCarthy)

Don't stop thinking about tomorrow (1992, Bill Clinton)

Leave no child behind (2000, George W. Bush)

Forward (2012, Barack Obama)

Believe in America (2012, Mitt Romney)

Окреслені вище особливості сучасних американських політичних лозунгів, на нашу думку, зумовлені їх орієнтацією на американців як носіїв класичної індивідуалістичної культури, з притаманними їм прагненнями особистих досягнень і утвердження власної відмінності, навіть унікальності ('sticking out'), особистої свободи, можливості вибору.

Таким чином, успішність політичного лозунгу передусім зумовлена його відповідністю нормам і цінностям того типу культури, до якої належить масовий адресат, – індивідуалістичного чи колективістського.

Перспективи дослідження вбачаємо в можливості застосування отриманих результатів до комплексного аналізу комунікативних стилів носіїв різних типів культур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: Т. 2 / В.И. Даль. – М.: Русский язык, 1979. – 779 с. 2. Павлюк Л. Електоральні дискурси парламентських змагань-2012: купівля “квитків

на війну” [Електронний ресурс] / Л. Павлюк // Медіакритика. – 2012-11-06. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuuyut-media/elektoralni-dyskursy-parlamentskykh-zmahan-2012-kupivlya-kvytkiv-na-viynu.html>. 3. Почепцов Г.Г. Смыслові війни в політиці та бізнесі [Електронний ресурс] / Г.Г. Почепцов // Mediasapiens. – 2013-03-10. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/16057>. 4. Рождественский Ю.В. Принципы современной риторики / Ю.В. Рождественский. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 176 с. 5. Словник української мови: в 11 томах. Том 2 [Електронний ресурс]. – 1971. – Режим доступу : www.sum.in.ua. 6. Яковенко И.Г. Что делать? [Електронний ресурс] / И.Г. Яковенко // Культура. – № 29. – 2012-03-16. – Режим доступу : <http://www.novayagazeta.ru/arts/51633.html>. 7. Deutsches Wörterbuch [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://de.thefreedictionary.com>. 8. Lakoff G. Moral politics: how liberals and conservatives think / G. Lakoff. – Chicago : The University of Chicago Press, 2002. – 471 p. 9. Merriam-Webster Online Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.merriam-webster.com>. 10. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com>. 11. The Free Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://idioms.thefreedictionary.com>. 12. Triandis H.C. Individualism and collectivism. – Boulder: Westview Press Inc., 1995. – 259 p. 13. Wei J. Virtual Missiles: Metaphors and Allusions in Taiwanese Political Campaigns. – Lexington Books, 2001. – 131 p.

УДК 811.11+659.1

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Безугла Т.А. (Харків)

Стаття присвячена вивченню взаємозв'язку лінгвопрагматичних та стилістичних характеристик німецькомовного рекламного дискурсу. Реалізація на ґрунті рекламних слоганів мовленнєвих актів асертивного, комісивного, експресивного та директивного іллокутивних типів супроводжується актуалізацією дедуктивних та індуктивних конверсаційних імплікатур, індикаторами яких є стилістичні засоби.

Ключові слова: імплікатура, індикатор, рекламний дискурс, мовленнєвий акт, рекламний слоган.

Безуглая Т.А. Лингвопрагматические и стилистические свойства рекламного дискурса. Статья посвящена изучению взаимосвязи лингвопрагматических и стилистических характеристик немецкоязычного рекламного дискурса. Реализация на основе рекламных слоганов речевых актов асертивного, комиссивного, экспрессивного и директивного иллокутивных типов сопровождается актуализацией дедуктивных и индуктивных конверсационных импликатур, индикаторами которых выступают стилистические средства.

Ключевые слова: импликатура, индикатор, рекламный дискурс, рекламный слоган, речевой акт.

Bezugla T.A. Pragmatic and stylistic properties of advertising discourse. The article researches interdependence of pragmatic and stylistic characteristics of German advertising discourse. The speech acts of assertive, directive, commissive or expressive illocutionary type realized with advertising slogans are accompanied by actualization of deductive and inductive conversational implicatures; certain stylistic means are their indicators.

Key words: implicature, indicator, advertising discourse, advertising slogan, speech act.

За останні роки інтерес лінгвістів до вивчення реклами значно зріс. Цей факт обумовлений не тільки економічними чинниками, але й явищем самої реклами як елемента масової культури, її значним впливом на мову завдяки креативності та смисловій наповненості. Інтенсивно вивчаються культурологічні [1; 6], когнітивні, прагматичні й стилістичні аспекти рекламного тексту [9] і дискурсу, зокрема, фреймова організація [8], гендерні особливості [4], особливості імпліцитного впливу [5; 7; 10]. Проте, актуальним залишається з'ясування взаємозв'язку та взаємовпливу окремих лінгвальних аспектів реклами, що спроможне пояснити її впливовість на розвиток мови й мовлення.

Мета статті – встановлення лінгвопрагматичних і стилістичних особливостей рекламного дискурсу в їхньому взаємозв'язку на матеріалі текстів візуальної реклами сучасних німецькомовних друкованих засобів масової інформації.

Під рекламним дискурсом розуміємо мисленнево-мовленнєвий феномен, що охоплює дві складові – комунікативну взаємодію у сфері масової реклами, спрямовану на просування товару або послуги на ринку мовними засобами за відсутності контакту комунікантів, з одного боку, та рекламний текст, з іншого. В основі такого розуміння рекламного дискурсу лежить процесуально-результативне лінгвістичне визначення дискурсу [11, с. 17].

У центрі будь-якого дискурсу знаходиться комунікація. Складові вербальної комунікації сформулював Гарольд Д. Лассвелл у вербальній моделі “Хто кому що як чому навіщо коли і де говорити” [17, с. 38]. У дискурсі говорить (хто?) мовець або автор письмового тексту (адресант, продуцент) (кому?) слухачеві або читачеві (адресату, реципієнту). У процесі комунікації вони продукують (що?) текст (змістову сукупність висловлень) (як?) через мовний канал, за допомогою природної мови.

© Безугла Т.А., 2013

Адресант спілкується з адресатом (*чому? навіщо?*), щоб вплинути на адресата певним чином в залежності від смислу висловлення. Вони спілкуються (*коли? де?*) у певній ситуації.

Специфічні риси рекламного дискурсу також можна виразити за допомогою формули Г. Ласвелла. У рекламному дискурсі говорить (*хто?*) підприємство-рекламодавець (*кому?*) потенційному споживачеві. У процесі комунікації вони продукують (*що?*) рекламний текст (*як?*) за допомогою природної мови через ЗМІ: газети, журнали, телебачення, інтернет тощо. Підприємство-рекламодавець спілкується зі споживачем (*чому? навіщо?*), щоб здобути його прихильність до товару або послуги. Вони спілкуються (*де? коли?*) на ринку споживчих товарів і послуг за умов відсутності безпосереднього часового та просторового контакту.

Рекламний текст визначається як знаковий феномен, який складається як з вербальних, так і з невербальних знаків у письмовій або усній формі, продукується у межах масової реклами та відображає інтенцію продуцента вплинути на реципієнта таким чином, щоб той придбав товар або скористався послугою [8, с. 63].

Ми розглядаємо рекламний текст як креолізований за О.Є. Анісімовою [1], тобто такий, який передбачає взаємодію мовних та іконічних засобів (фотографій, малюнків, карикатур тощо). У центрі друкованого рекламного тексту, який є об'єктом нашого дослідження, знаходяться малюнок і рекламний слоган, які у взаємодії створюють атрактивне уявлення потенційного споживача про товар або послугу. Текст і малюнок мають формальний, семантичний та прагматичний зв'язок [12, с. 400].

Рекламний слоган є найважливішою мовною складовою рекламного тексту, він становить центральне висловлення у рекламному тексті. Завдяки своїй стислості та лаконічності слогани посилюють вплив на адресата, спрощуючи процес запам'ятовування інформації [14, с. 45].

Специфіка впливу рекламних текстів полягає в управлінні групою людей за допомогою мовних засобів. У зв'язку з цим великого значення набу-

вають прагматичні властивості рекламних текстів, що досліджуються с позицій теорії мовленнєвих актів і теорії імплікатур з урахуванням стилістичних аспектів. Таким чином, прагматика рекламного дискурсу відзначається реалізацією у ньому мовленнєвих актів різних іллокутивних типів, актуалізацією імплікатур і використанням у рекламному тексті прагмастилістичних засобів.

На ґрунті слоганів у рекламному дискурсі реалізуються мовленнєві акти певних іллокутивних типів. Визначаючи іллокутивні типи цих мовленнєвих актів, ми спираємося на класифікацію Дж. Р. Серля: “Можна сказати комусь, яким є стан речей (асертиви); можна спробувати змусити його здійснити цей стан речей (директиви); можна взяти на себе зобов'язання здійснити цей стан речей (комісиви); можна виразити почуття й ставлення щодо цього стану речей (експресиви); і можна внести зміни в світ за допомогою висловлення (декларації)” [20, с. 6].

Для рекламного дискурсу характерними є мовленнєві акти асертиви, директиви, експресиви та комісиви. Слід зазначити, що усі рекламні слогани реалізують директивні мовленнєві акти, оскільки продуцент реклами завжди має на меті вплинути на реципієнта у такий спосіб, щоб той придбав певний товар або скористався послугою. У слоганах, які реалізують мовленнєві акти асертивного, комісивного або експресивного типу, директивна іллокуція виражена імпліцитно.

Найчастіше реалізуються мовленнєві акти асертиви, іллокутивна сила яких полягає в ствердженні певного стану речей [19, с. 31]. Наприклад, за допомогою констатації рекламується заспокійливий засіб „Sedacur Forte“:

(1) *Nicht jeder wird mit dicker Haut geboren.*
(Journal für die Frau)

Цей приклад ілюструє також стилістичний прийом подвійної актуалізації фразеологічних одиниць, тобто паралельну актуалізацію переносного та прямого значення омонімічних вільних словосполучень. У наведеному слогані актуалізовано переносне значення фразеологічної одиниці *mit dicker Haut geboren sein* (*бути спокійного норову*)

та її пряме значення (*мати товсту шкіру*).

Іллокутивний тип комісив виражає обіцянку підприємства-рекламодавця діяти в інтересах реципієнта [19, с. 33]. Дія може бути виражена послугою (як у рекламі служби пошуку роботи фірми „TimePartner“ (2)) або товаром (крем „Primavera“ (3)):

(2) *Wir bringen Farbe in Ihr Studentenleben.* (Hugo! Unimagazin)

(3) *Wir legen die Schönheit der Natur in Ihre Hände.* (Freundin)

Іллокутивні акти експресивного типу виражають психічний стан продуцента [19, с. 34]. У рекламному дискурсі вони ґрунтуються на емоційній оцінці товару. Це завжди позитивна оцінка: захоплення, хваління, захват тощо, про що свідчать слова з відповідним значенням, такі як *himmlisch* у рекламі кави „MÖVENPICK Café“ (4) і *tierisch gut* – журналу „JOURNAL für die Frau, Lieblingstiere – Sonderheft“ (5):

(4) *DER HIMMLISCHE KAFFEE MIT VIEL SONNTAGSGEFÜHL.* (Journal für die Frau)

(5) *TIERISCH GUT!* (Journal für die Frau)

Іллокутивний акт директив пов'язаний зі спробою мовця спонукати слухача до певних дій [Searle 1982, с. 32]. У рекламному дискурсі це виражено спонуканням споживача до придбання товару / послуги – наприклад, придбати меблі „BLOCKHAUS MÖBEL“:

(6) *Schnüffeln Sie ruhig in unseren Möbeln herum. Sie werden nur Natur finden!* (Der Kernbeißer)

Часто директивні мовленнєві акти у рекламному дискурсі реалізуються через спонукальні речення, що містять дієслова *entdecken*, *erleben*. У такий спосіб рекламується подія – як, наприклад, виставка „Wissenschaftsjahr 2009“ (7), або прилад – DVD-/Video-CD-/Audio-CD-програвач „Panasonic“ (8):

(7) *Entdecke die Welt der Forschung!* (Letter)

(8) *ERLEBEN SIE HORRORFILME, WIE SIE SIE NOCH NIE ERLEBT HABEN!* (WOM Journal)

Якщо мовленнєвий акт виражено структурою речення, не типовою для відповідного іллокутивного типу, йдеться про непрямі мовленнєві акти [19, с. 51]. Прикладом такого випадку може бути

риторичне питання. Для рекламного дискурсу квеситивні мовленнєві акти не є характерними, оскільки продуцент реклами не має можливості отримати відповідь адресата. Тож питальне речення – риторичне питання – використовується для звернення уваги потенційного покупця або для вираження ствердження, як, наприклад, у рекламному тексті крему „biotherm“:

(9) *JUGENDLICHES AUSSEHEN. FRAGE DES ALTERS ODER FRAGE DER HAUT?* (JOURNAL für die Frau)

Відповідь на питання міститься у самому питанні: мається на увазі шкіра, яка потребує догляду. *Jugendliches Aussehen – das ist die Frage der Haut*, з чого виводиться імплікатура *Pflegen Sie Ihre Haut mit der Creme „biotherm“, um jung auszusehen!*.

Спираючись на думку Дж. Р. Серля про розподіл іллокуцій на первинні й вторинні [19, с. 54], можна сказати, що усі рекламні слогани слугують для вираження первинних директивних іллокуцій. Який би іллокутивний акт не здійснювався за допомогою рекламного слогану у вторинний спосіб (тобто буквально), цей слоган завжди реалізує директивну іллокуцію у вигляді імплікатури:

(1) *Nicht jeder wird mit dicker Haut geboren +> Kaufen Sie das Beruhigungsmittel „Sedacur Forte“!*

(2) *Wir bringen Farbe in Ihr Studentenleben +> Suchen Sie Arbeit mit Hilfe der Firma „TimePartner“!*

(3) *Wir legen die Schönheit der Natur in Ihre Hände +> Kaufen Sie die Creme „Primavera“!*

(4) *DER HIMMLISCHE KAFFEE MIT VIEL SONNTAGSGEFÜHL +> Kaufen Sie Kaffee „MÖVENPICK Café“!*

(5) *TIERISCH GUT! +> Kaufen Sie das Magazin „JOURNAL für die Frau, Lieblingstiere – Sonderheft“!*

У такий спосіб у рекламних текстах повідомляється більше інформації, ніж виражено словами. На ґрунті вербальних засобів (насамперед, рекламних слоганів) та за допомогою невербальних засобів у рекламному дискурсі актуалізуються кон-

версаційні імплікатури [13], що пояснюється великою дієвістю непрямого впливу у рекламі [7]. Конверсаційні імплікатури поділяються на дедуктивні та індуктивні, різниця між якими базується на логічному умовиводі (дедукція та індукція) [2, с. 249].

Дедуктивні імплікатури утворюються за законами логіки згідно з дедуктивним принципом. Наприклад, два висловлення наступного рекламного тексту маргарину „Sanella“ виражають дві посилки простого логічного силізіму:

(10) *Backen ist Liebe. Sanella ist Backen. (Familie heute)*

Умовивід виражено імпліцитно: *Sanella ist Liebe*.

На противагу дедуктивним, індуктивні імплікатури будуються не за законами формальної логіки, а тільки на ґрунті буквального смислу висловлення та дискурсивного контексту. Індуктивний тип передбачає умовивід імплікатури за індуктивним принципом. Наприклад, у рекламному тексті (6) *Schnüffeln Sie ruhig in unseren Möbeln herum. Sie werden nur Natur finden* актуалізуються імплікатури *Unsere Möbel sind aus naturfreundlichem Stoff hergestellt* і *Kaufen Sie unsere Möbel!*.

Рекламні слогани (2) і (3), що наводилися вище для ілюстрації комісивного типу мовленнєвих актів, також містять індуктивні імплікатури:

(2) *Wir bringen Farbe in Ihr Studentenleben +> Ihr Studentenleben wird farbig, das heißt interessant sein, wenn Sie mit unserer Firma einen Job finden +> Suchen Sie einen Job mit unserer Firma!*

(3) *Wir legen die Schönheit der Natur in Ihre Hände +> Ihre Hände werden mit unserer Creme naturhaft schön sein +> Benutzen Sie unsere Creme!*

Імплікатури прив'язані до рекламних слоганів, але й інші частини рекламних текстів відіграють важливу роль у їх актуалізації. Вербальні засоби, які є проявами імпліцитних смислів у дискурсі, називають їхніми індикаторами [18, с. 192].

У рекламних слоганах провідними індикаторами імплікатур виступають різноманітні стилістичні засоби, серед яких найрозповсюдженішими є метафора, алюзія, силепсис та рима. Такі засоби ма-

ють позитивний вплив на експресивність і привабливість рекламного тексту та слугують актуалізації імплікатур, що збільшує вплив самої реклами на споживача. У такий спосіб стилістичні властивості рекламного тексту підпорядковані лінгвопрагматиці дискурсу.

Метафоричні імплікатури є невід'ємною складовою рекламного дискурсу. За Дж. Лакоффом і М. Джонсоном [15; 16, с. 276], у метафоричній пропозиції на ґрунті ознаки порівнюються два концепта: концепт-ціль і концепт-джерело (*target-concept / source-concept*). У якості прикладу можна навести рекламний слоган цукерок „YES Nestle“:

(11) *... und jeder Tag schmeckt wie Geburtstag!*
(JOURNAL für die Frau)

За ознакою *SCHMECKEN* поєднуються два концепти – *TAG* і *PRALINE*. Вони утворюють метафоричну пропозицію *TAG IST PRALINE*. Окрім цього, у свідомості адресата активуються фонові знання *Der Geburtstag ist angenehm, Nicht jeden Tag hat man Geburtstag*, які підштовхують його до висновку, що цукерки „Yes“ смакують дуже добре. У такий спосіб актуалізується метафорична імплікатура *Essen Sie Praline „Yes“ von Nestle jeden Tag, dann wird jeder Tag so angenehm wie Geburtstag sein!*.

Особливо дієвою метафора виступає у поєднанні з алюзією. Під алюзією розуміємо натяк на прецедентний феномен – на текст, особу, книгу, звичай тощо [3, с. 157]. У рекламі хімістки „Terlinden“ об'єктом алюзії є різдвяний календар, що виступає прецедентним феноменом:

(12) *BEI UNS KÖNNEN SIE JEDEN MONAT 29 TÜRCHEN MIT ÜBERRASCHUNGEN ÖFFNEN. (Zürcher Christkindlmarkt)*

Відомо, що у різдвяному календарі, створеному для дітей, відчиняються маленькі дверцята з прихованими за ними малюнками, приказками, солодощами та іншими несподіванками. Малята відчиняють дверцята по черзі протягом 24-х днів перед Різдвом. Питання, чому в хімістці відкривають не 24, а 29 дверцят, пояснюється у тексті під малюнком:

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den 29 Filialen werden Ihnen auch in Zukunft mit Rat und Tat zur Seite stehen“.

У цьому рекламному тексті актуалізується метафорична імплікатура *Reinigung ist Adventskalender, in jeder Filiale gibt es Überraschungen* та імплікатура *Nützen Sie unsere Dienstleistung!*

Серед стилістико-синтаксичних засобів особливо роль у актуалізації імплікатур відіграє силепсис – синтаксичне поєднання слів різних семантичних типів, як у рекламі тарифного плану “O₂ Handy Flatrate”:

(13) *Die neue O₂ Handy Flatrate. Behalten Sie Ihr Handy und Ihre Freiheit.* (Hugo! Unimagazin)

За допомогою цього слогану актуалізуються імплікатури *Mit der neuen O₂ Flatrate fühlen Sie sich frei* +> *Benutzen Sie diesen Tarifplan!*

Серед фоностилістичних засобів у рекламних текстах часто зустрічається рима – наприклад, у рекламі розподілу відходів у Дрездені:

(14) *Wer nicht trennt, der pennt!* (Abfall Aktuell)

У цьому рекламному слогані актуалізуються імплікатури *Nur die Penner trennen den Hausmüll nicht, weil sie den Sinn der Mülltrennung nicht kapiert haben* та *Trennen Sie den Hausmüll, sonst sind Sie ein Penner, d.h., Sie haben den Anschluss an die Zeit verpasst.*

Завдяки вживанню стилістичних засобів у рекламному тексті продуцент, з одного боку, створює у потенційного споживача позитивне враження про якість товару або послуги, а з іншого боку, сприяє дискурсивній актуалізації імплікатур, що теж підсилює прихований вплив на споживача і спонукає його до придбання товару/ послуги.

Отже, взаємозв'язок лінгвопрагматичних і стилістичних властивостей рекламного дискурсу виражається у тому, що реалізація на ґрунті рекламних слоганів мовленнєвих актів асертивного, комісивного, експресивного та директивного іллокутивних типів супроводжується актуалізацією дедуктивних та індуктивних імплікатур, індикаторами яких є стилістичні засоби.

Перспективи дослідження полягають у встановленні формального, семантичного й прагматичного зв'язку між іконічними складовими рекламного тексту та його вербальною частиною, а також ролі іконічних засобів у актуалізації імплікатур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М. : Изд. центр “Академия”, 2003. – 128 с.
2. Безугла Л. Р. Вербализация имплицитных смыслов у немецкомовном диалогичном дискурсе : / Безугла Л. Р. – Харьков : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
3. Красных В.В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность? / В.В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
4. Малишенко А.О. гендерні особливості англomовного рекламного дискурсу друкованих засобів масової інформації : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / А.О. Малишенко ; ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – Харьков, 2010. – 20 с.
5. Нагорная Е.В. Соотношение эксплицитной и имплицитной информации в рекламном дискурсе (на материале англоязычной рекламы) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 “Германские языки” / Е.В. Нагорная ; МГЛУ. – М., 2003. – 23 с.
6. Никитина С.В. Национальная специфика текста промышленной рекламы (на материале русскоязычных и англоязычных периодических изданий по вычислительной технике) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Общее языкознание, социолінгвистика, психолінгвистика” / С.В. Никитина. – Воронеж, 1998. – 19 с.
7. Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) [Электронный ресурс] / Ю.К. Пирогова // Проблемы прикладной лингвистики 2001. – М., 2001. – С. 209–227. – Режим доступа : http://www.ae-lib.org.ua/texts/pirogova_information_ru.htm. – Заголовок з екрану.
8. Раду А.І. Екологія фреймових структур і структурно-композиційна організація рекламного дискурсу / А.І. Раду // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2010. – № 805. – С. 62–67.
9. Самаріна В.В. Німецькомовний рекламний дискурс: прагматичний, когнітивний та лінгвостилістичний аналіз : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / В.В. Самаріна ; ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – Харьков, 2010. – 20 с.
10. Снегирева Л.А. Прагматические имплицатуры рекламных текстов (на материале английского языка) : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Л.А. Снегирева ; МГЛУ. – Минск, 2001. – 16 с.
11. Шевченко І.С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу / І.С. Шевченко // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Х. : Константа, 2005. – С. 9–20.
12. Burger H. Mediensprache.

Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien / H. Burger ; mit einem Beitrag von M. Luginbühl ; 3., völlig neu bearb. Aufl. – B., N.Y. : de Gruyter, 2005. – 486 S. 13. Grice H.P. Logic and Conversation H.P. Grice // ders. Studies in the Way of Words. – Cambridge (Mass.), L. : Harvard Univ. Press, 1991. – P. 22–40. 14. Janich N. Werbesprache / N. Janich. – Tübingen : Narr, 1999. – 247 S. 15. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : The Univ. of Chicago Press, 1980. – XIII, 242 p. 16. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things. What Categories reveal about the Mind / G. Lakoff. – Chicago: Chicago University Press, 1987. – 614 p. 17. Lasswell H.D. Power and Personality / Harold D. Lasswell. – N.Y. : W. W. Norton & Company, 1948. – 262 p. 18. Liedtke F. Grammatik der Illokution: Über Sprechhandlungen und ihre Realisierungsformen im Deutschen / F. Liedtke. –

Tübingen : Narr, 1998. – 288 S. 19. Searle J.R. Indirekte Sprechakte / J.R. Searle ; ins Dt. üb. von A. Kemmerling // ders. Ausdruck und Bedeutung. – Fr./M. : Suhrkamp, 1982. – S. 57–79. 20. Searle J.R. Speech Acts, Mind and Social Reality / J.R. Searle // G. Meggle, G. Grewendorf (ed.) Speech Acts, Mind and Social Reality. Discussions with John R. Searle. – Dordrecht et al. : Kluwer, 2002. – P. 3–16.

ДЖЕРЕЛА

ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

1. Abfall Aktuell, Abfallkalender, 2. Halbjahr 1997.
2. Familie heute, November 1995.
3. Freundin, 23/2010.
4. Hugo! Unimagazin, Herbst/Winter 2010.
5. JOURNAL für die Frau, 22/1995.
6. Der Kernbeißer, 2/1997.
7. Letter, 2/2009.
8. WOM Journal, Oktober 1999.
9. Zürcher Christkindlmarkt. Weihnachtsmagazin, November-Dezember 2002.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОВНОЇ ГРИ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ НОВИННОМУ МЕДІАТЕКСТІ

І.В. Біляк (Житомир)

В статті розглядаються функції мовної гри в англomовному новинному медіатексті з огляду на функції мови та ЗМІ. Виявлені наступні функції мовної гри в новинному повідомленні: маскуюча, експресивна, дискредитуюча, світоглядна, естетична, розважальна, смислотворча, компресивна та атрактивна функції.

Ключові слова: мовна гра, функції ЗМІ, функції мови, функції мовної гри.

Біляк І.В. Особенности функционирования языковой игры в современном английском новостном медиатексте. В статье рассматриваются функции языковой игры в англоязычном новостном медиатексте в свете функций языка и СМИ. Установлены следующие функции языковой игры в новостном сообщении: маскирующая, экспрессивная, дискредитирующая, мировоззренческая, эстетическая, развлекательная, смыслообразующая, компрессионная и функция привлечения внимания.

Ключевые слова: функции СМИ, функции языка, функции языковой игры, языковая игра.

Bilyak I.V. Peculiar properties of Language Game functioning in a modern English news mediatext. The article deals with the problem of Language Game functions in English news mediatext. Language Game functions are studied against the background of language functions and functions performed by mass media. The paper outlines the following functions of Language Game in a news mediatext: masking, expressive, discreditable, outlook shaping, aesthetic, entertaining, semantic, compressive and attractive functions.

Key words: Language Game, Language Game functions, Language functions, Mass Media functions

Дослідження будь-якого явища обов'язково передбачає розгляд та аналіз функцій, які воно виконує в системі соціальної діяльності. Це пов'язано з тим, що процеси, які відбуваються в кожній системі соціальної діяльності, визначаються, в кінцевому рахунку, тим, що вона виконує певну функцію у більш широкому цілому. Так, використання явища мовної гри в медійних, зокрема новинних, текстах стало однією з найяскравіших прикмет сучасного інформаційного простору. Як зазначає С.І. Сметаніна, "вірус" гри просяк сьогодні "в інформативні та аналітичні матеріали телебачення та друкованих ЗМІ" [12]. Широке проникнення гри в новинні матеріали змушує замислитися над тим, якому "прагматичному завданню" це відповідає. Спроба вирішити це завдання й вивчити функції мовної гри в новинному медіатексті становить актуальність нашого дослідження.

Аналіз численних лінгвістичних робіт, присвячених мовній грі, дозволяє виявити розмаїття притаманних їй функцій. Водночас, слід зазначити, що дослідження вчених часто містять розрізнені й невичерпні відомості щодо характеру й найменування тих чи інших функцій, а також відображають різне розуміння однієї й тієї ж функції. Узагальнення всіх поширених у лінгвістиці поглядів на мовну гру та розробка власної класифікації функцій, які виконує мовна гра в новинному медіатексті, є метою нашого дослідження. Предметом дослідження є мовна гра. Об'єктом дослідження є функції мовної гри в новинному повідомленні.

Визначення функцій мовної гри неможливе без розгляду функцій мови та ЗМІ. Розглянемо найбільш відому класифікацію функцій мови Р.О. Якобсона, в якій виділяється шість функцій, згідно з учасниками й аспектами його ж моделі комунікації.

Модель Р.О. Якобсона застосовується як для аналізу мови та комунікаційних систем в цілому, так і для функціонального дослідження окремих мовних і комунікативних актів і комунікативних подій. Згідно із задумом вченого, кожному з шести елементів, факторів мовної комунікації (відправник, контекст, повідомлення, канал, код, адресат) відповідає особлива функція мови. Під “функцією мови” дослідник має на увазі спрямованість, “установку” або призначення (роль) самого повідомлення стосовно інших факторів мовного спілкування. Отже, Р.О. Якобсон виділяє такі функції мови:

1. емотивну (експресивну) – виражає ставлення адресанта до предмету мовлення; надає певної тональності всьому висловлюванню;
2. конотативну (апеляційну або засвоєння) – полягає у залученні уваги іншої особи та спонукання її до якоїсь дії;
3. референтативну (комунікативну) – головна функція повідомлення; співвідноситься з предметом, про який йдеться, та відношення повідомлення до нього або контексту;
4. фатичну – спрямована на встановлення контакту; встановлює, продовжує або зупиняє комунікацію;
5. метамовну – встановлює тотожність висловлювання;
6. поетичну – зосереджує увагу на повідомленні заради нього самого; притаманна поетичному повідомленню, в повідомленнях іншого типу є вторинною, допоміжною [13].

Оскільки ЗМІ являють собою опосередковану форму спілкування, спеціальний засіб зв'язку між різними носіями влади, а також між державою і громадянами, серед виділених функцій мови ЗМІ передусім притаманні референтативна, конотативна та фатична функції мови.

Різновидом референтативної функції вважаємо інформативну й аналітичну функції ЗМІ:

- інформативна – полягає в тому, що ЗМІ доводять до відома аудиторії інформацію про факти та події, які мають місце в житті суспільства. Ця функція притаманна здебільшого оперативним повідомленням репортажного характеру;

- аналітична – суттю якої є те, що ЗМІ осмислюють, коментують факти, події, тенденції розвитку тих чи інших процесів у суспільстві.

Виокремлювані більшістю дослідників рекламну, ідеологічну й культурно-освітню функції ЗМІ (див., напр., [4; 10]) можна вважати різновидами конотативної функції мови:

- рекламна – ЗМІ задовольняють утилітарні потреби громадян;
- ідеологічна – ЗМІ характеризуються широким діапазоном впливу – від висвітлення фактів до впливу на загальну думку, цінності, ідеали та світосприйняття;
- культурно-освітня – ЗМІ формують політичну та економічну культуру, забезпечують етичне та естетичне виховання, поширюють знання з різних галузей.

Щодо фатичної функції мови, вважаємо, що в ЗМІ вона представлена комунікативною функцією, яка полягає в тому, що ЗМІ встановлюють контакт, налагоджують спілкування між різними верстами населення.

ЗМІ також виконують розважальну функцію, оскільки вони виступають формою відпочинку, знімають напруження, дозволяють отримати задоволення. Ця функція ЗМІ, на нашу думку, є різновидом емотивної та поетичної функції мови.

Застосуємо виокремлені функції до аналізу функцій мовної гри в новинному повідомленні. Мовна гра припускає дві принципово різні форми існування. По-перше, вона може функціонувати в літературних жанрах, які спеціально існують для її реалізації. По-друге, мовна гра може функціонувати на сторінках текстів, для яких вона не є обов'язковою, безумовною ознакою. Так, явище мовної гри є притаманним здебільшого художньому тексту, автор якого намагається якомога ефективніше донести до читача свої думки та почуття, привернути увагу, принести естетичне задоволення тощо.

Головною ж метою новинного медіатексту є оперативне, точне та неупереджене повідомлення. Тому, з усіх вищезазначених функцій ЗМІ, новинному повідомленню передусім притаманна інформативна функція. Будучи базовим текстом

ЗМІ, новини виконують головну функцію повідомлення й одну з основних функцій мови – референтивну (за Р. Якобсоном). Реалізації цієї мети має бути підпорядковане й уживання в новинному тексті мовної гри, але, за нашими спостереженнями, уживання цього прийому в текстах новин покликане виконувати не лише інформативну, а й багато інших функцій.

Однією з основних функцій мовної гри, яку виділяють лінгвісти, є комічна функція. Як зазначається в колективній монографії “Російська розмовна мова”, “в розмовній мові мовна гра виступає особливим видом комічного. Вона має викликати посмішку, сміх, створити жартівливий настрій або іронічне ставлення” [5, с. 174]. В новинному повідомленні ця функція мовної гри набуває дещо іншого характеру. Зазвичай говорять про руйнуючу силу сміху. Без сумніву, “сміх – одне з найпотужніших знарядь руйнування” [3]; “сміх – найстрашніша зброя: за допомогою сміху можна вбити все...” [6]. Використання цієї властивості мовної гри в новинному повідомленні дає змогу говорити про дискредитувальну функцію. Роблячи жалюгідним, смішним, недостойним предмет, явище або особу, що зображуються, адресант дискредитує його, робить недостойним уваги. Цю функцію мовної гри можна вважати різновидом аналітичної функції ЗМІ, яка імпліцитно реалізується в новинному повідомленні за допомогою мовної гри і є, в свою чергу, проявом референтивної функції мови (за Р. Якобсоном). Адже властивістю саме аналітичної функції ЗМІ є висування судження й оцінок.

Наступний приклад є ілюстрацією того, як ігрова побудова сюжету та іронічна подача матеріалу знижують значимість і дискредитують імідж політиків:

Is Haiti election set

for new twist thanks to Aristide?

On Sunday, a grandmother takes on a pop star for the right to run a country.

It is said to be the strange end to what has been no ordinary election in an extraordinary year-and-a-bit for Haiti.

And there could be a further twist to the tale amid

speculation that the country's former president, Jean-Bertrand Aristide, is set to return from exile in the coming days.

Mirlande Manigat, a 71-year-old grandmother of three and a wife of a former president, and Michel Martelly, a 50-year-old singer known to his fans as “Sweet Micky”, are the two left standing after an election process with all the intrigue of a soap opera.

Mrs Manigat and Mr Martelly have been cast in very different roles...

Sweet Micky is a star performer of compa who likes to drop his trousers on stage. The youngsters who cheered at his concerts now cheer with equal passion at his political rallies. (BBC NEWS)

Мовна гра вживається також як спосіб вираження емоцій, як інтелектуальна провокація з боку адресанта. В ній проявляються емоції, що спонукають мовну особистість до пошуку слів, які найбільш точно відображають емоційний стан людини [9, с. 199]. Мовна гра є результатом потреби мовної особистості виразити, дати розрядку емоціям, передати емоційне ставлення до об'єкту мовлення, а також емоційно вплинути на адресата [9]. В цьому контексті мовна гра стає потужним оцінним механізмом, який керує громадською свідомістю, якщо йдеться про використання цього явища в медійних текстах, зокрема й новинних. За допомогою мовної гри адресант може висловити своє суб'єктивно-оцінне ставлення до того, про що говорить, дати оцінку предмету мовлення, а тому доречно говорити про експресивну функцію мовної гри. Ця функція полягає в тому, щоб певним чином висловити своє ставлення до предмету розмови, надати певної тональності всьому повідомленню. Вживання мовної гри в цьому контексті є прямою реалізацією емотивної функції мови, що не є безпосередньою функцією новинного повідомлення. Слід замислитись, якому прагматичному завданню це відповідає. Вважаємо використання мовної гри в цьому контексті також проявом аналітичної функції ЗМІ. Порівняймо, наприклад, заголовки двох різних видань до однієї новини:

*G8: Libya's Gaddafi 'should go',
say world leaders. (BBC News)*

*G8 leaders throw weight behind Arab Spring.
(YAHOO! NEWS)*

Як бачимо, перше видання використовує нейтральний заголовок, в той час, як друге видання передає критичне ставлення до подій за допомогою емоційно-забарвленої лексики.

Ще одним проявом аналітичної функції ЗМІ, яку в новинному повідомленні виконує мовна гра, є маскуюча функція. В.З. Санніков стверджує, що “ця функція мовного жарту має прагматичну основу – стосується не змісту того, що описується, а відносин між адресантом і адресатом (адресатами), прийнятих ними домовленостей: мовний жарт дозволяє обійти “цензуру культури”. Зараз, коли попит прийшов нам на допомогу, ми знову можемо сміятися над непристойним. Мовець “ховається за мову”. Мовна гра в цьому випадку виступає засобом евфемізації або приховування змісту” [11, с. 27–28]. Така особливість мовної гри є причиною її широкого вжитку в новинних медіатекстах. В наведеному нижче прикладі бачимо, як за допомогою мовної гри, а саме прецедентного тексту, автор завуальовано передає критичне ставлення до події:

*My Big Fat Gypsy Funeral:
Roads closed and thousands turn
out as fleet of 10 MERCEDES
carry mourners to traveller's memorial*

Traffic was brought to a standstill by the huge funeral procession of one of the founders of Europe's biggest traveller site which featured on My Big Fat Gypsy Wedding.

William Saunders, known as Bluey, was carried in a Rolls Royce hearse followed by a fleet of posh black Mercedes and cortege of white pick-up trucks, vans and lorries along the busy A127 dual carriage from his home at the notorious Crays Hill camp.

Police officers closed off roads in the area and officers in cars were stationed along the route leading to the cemetery... (Daily Mail)

Як бачимо, виділений фрагмент заголовку є посиленням на популярне реаліті-шоу My Big Fat Gypsy

Wedding, яке трансливалося на британському каналі Channel 4.

Інша важлива функція мовної гри, про яку згадують майже всі дослідники, – естетична. Підставою для виокремлення цієї функції є розуміння мовної гри як виду “непродуктивної діяльності, мотив якої полягає не в її результаті, а в самому процесі”. Естетизм проявляється в “новизні форми, в перенесенні акценту з того, про що йдеться, на те, як про це йдеться” [2]. Тотожними цій функції, на нашу думку, є такі функції мовної гри, як поетична, виразності мовлення, зображальна, пом’якшуюча. Як згадувалося вище, при розгляді функцій мови, естетична функція притаманна лише поетичному твору, а в творах іншого жанру вона може бути лише допоміжною. В новинному повідомленні ця функція (й тотожні їй функції) спрямована лише на оптимізацію інформаційного впливу на читача. У наступному заголовку слоговий повтор та алюзія підсилюють ефект оцінки в заголовку:

*Rupert Murdoch's humble pie
as legend crumbles (The Scottish Sun)*

В статті йдеться про судове засідання над одним з наймогутніших медіа-магнатів, після гучного скандалу з прослуховуваннями телефонних розмов громадян та подальшим закриттям його періодичного видання *News of the World*. Як бачимо, за допомогою алюзії, заголовок цієї статті передає почуття магната в той час, як руйнується його імперія. Слоговий повтор, створений за допомогою лексичних одиниць *humble* та *crumble*, робить заголовок ще більш експресивним.

Суміжною естетичній, на нашу думку, є розважальна функція. Граючи, мовець може й не ставити перед собою ніяких інших цілей, крім однієї – “не бути нудним, додати спілкуванню невимушеності, розважити себе й співрозмовника, й з цією метою висловитися незвично” [5, с. 174]. Варто зазначити, що вищезгадана функція є також значущою й для новинного повідомлення. Мовна гра тут є засобом зниження офіційності повідомлення та розваги читача. Там, де повідомлення забарвлене іронічно-ігровими формами, воно вже не може звучати офіційно, й тому найкращим способом зни-

ження “офіційного тону” є включення в повідомлення розважально-ігрових моментів [8]. Цю функцію вважаємо різновидом поетичної функції мови. Наприклад:

*No kissing please, we're German:
Etiquette group calls for ban
on workplace kissing*

A German etiquette group has called for a total ban on work colleague kissing one another in the office, claiming a peck on the cheek is a form of 'terrorism'... (MailOnline)

Наведений уривок новинного повідомлення ілюструє, як ігровий заголовок не лише привертає увагу читача, а й знижує офіційність повідомлення.

Ще однією функцією, яку виконує мовна гра в ЗМІ, зокрема і в новинному повідомленні, є атрактивна або контактовстановлююча функція – створює (встановлює) й підтримує контакт між комунікантами. Цю функцію мовної гри можна вважати прямою реалізацією рекламної функції ЗМІ, яка відповідно є проявом конотативної функції мови. В цьому випадку мовна гра є засобом завоювання читача, привернення та утримання його уваги та підтримки з ним невимушеного контакту. Наприклад:

*Are you a lesbian? Council's bizarre questions
after grandmother reports missed rubbish
bag collection. (The Scottish Sun)*

Цей заголовок спочатку шокує читача неочікуваним запитанням, а потім інтригує своїм роз'ясненням. Граючи з емоціями читача, автор не лише привертає його увагу, а й створює необхідну атмосферу.

Необхідно виокремити ще одну надзвичайно важливу функцію мовної гри – *мовотворчу*. В галузі мови мовна гра сприяє створенню нових мовних елементів, що збагачує словниковий склад. Мовна гра – один зі шляхів збагачення мови та мовлення. Ця функція може по-різному проявляти себе. Різновидами мовотворчої є такі функції мовної гри в новинному повідомленні, як смыслотворча й компресивна. Ці функції допомагають реалізації інформативної функції новинного повідомлення, яку розглядаємо як різновид референтив-

ної функції мови (за Р. Якобсоном).

Смыслотворча функція полягає у створенні нового змісту за рахунок оригінального використання мови. Мовна гра виступає засобом створення нових смислів, нових асоціативних зв'язків між смислами слів. Наприклад:

*Forget cappuccino, try camel-ccino
In Dubai café, patrons sip camel-milk lattes,
camel-ccinos and shakes made with camel milk.*

The newly opened Café2Go is one of the first to put camel milk on its menu and it seems to be passing the taste test with intrigued customers. (CNN)

Членування непохідної, але ділимної лексичної одиниці *cappuccino* в цьому випадку дає змогу автору створити необхідне йому нове слово *camel-ccino*.

Компресивна функція реалізує закон економії мовних зусиль. Ігрові прийоми, на думку Є.Б. Курганової [7], досить успішно реалізують цю функцію. Але дослідниця виділяє цю функцію з огляду на рекламний текст, де “економія часу та простору є однією з першочергових завдань, які вирішує креатор в галузі реклами”. В новинному повідомленні ця функція мовної гри проявляється здебільшого в заголовку, де коротко, влучно та виразно потрібно повідомити про зміст повідомлення. Наприклад, імена відомих пар в наступних заголовках скорочуються до одного імені:

*Brangelina plan booze for wedding (The Sun)
TomKat split final (The Sun)*

Як бачимо, імена Brad Pitt і Angelina Jolie скорочуються до одного імені *Brangelina*, для позначення їх як пари, й, аналогічно, імена Tom Cruise і Katie Holmes – до імені *TomKat*.

Однією функцією мовної гри, яка притаманна лише медіатекстам, в тому числі й новинним, є світоглядна функція, яка полягає у здатності мовної гри впливати на цінності, ідеали та світосприйняття. В цьому контексті мовна гра є засобом реалізації ідеологічної функції ЗМІ, яка в свою чергу є різновидом конотативної функції мови. ЗМІ в сучасному суспільстві утворюють глобальне комунікативне середовище, в середині якого утворилася особлива культурно-світоглядна парадигма. Кар-

тина світу сучасної людини, її система цінностей і моделей повсякденної поведінки багато в чому задаються ЗМІ, і не в останню чергу – новинними повідомленнями. В даному випадку мовна гра зі своїм багатим арсеналом засобів та прийомів є дієвим засобом впливу: починаючи з відбору фактів для висвітлення, інтерпретації, критики та надання оцінок і закінчуючи формуванням світогляду читача.

Are these shorts too short?

Foreigners told to cover up in UAE

At 23, Asma Al Muhairi has never considered herself a social activist. But a shopping trip to a Dubai mall left her so irate that she started the campaign against revealing clothing and has sparked a major debate in the United Arab Emirates.

Al Muhairi's campaign to persuade expats and tourists to dress more modestly began after she and her friend Hanan Al Rayes saw a young woman in shorts that they considered left little to the imagination... (CNN)

З наведеного прикладу бачимо, як ігрова подача матеріалу, а саме запозичена з художнього жанру структура побудови тексту, цілеспрямовано передає справжні (негативні) почуття героїні й емоційно залучає читача, тим самим змушуючи замислитись над ідеалами та цінностями різних культур. Алітерація в ігровому заголовку не лише привертає увагу читача, а й емоційно впливає й сприяє запам'ятовуванню як самого заголовка, так і тексту.

Як зазначалось вище, ЗМІ утворюють на сьогодні глобальне комунікативне середовище, яке функціонує та розвивається за своїми власними законами й має особливі механізми впливу на громадську думку, соціальні інститути та культуру. Саме всередині цього дискурсивного середовища існує стійкий “попит та пропозиція” на мовну гру як на один з інструментів масового комунікативного впливу. За допомогою мовної гри реалізуються різноманітні “прагматичні завдання”: текст привертає увагу, оцінює, підтримує контакт з читачем, емоційно на нього впливає, спонукає його до дії. Мовна гра в новинному повідомленні виконує такі властиві для цього типу повідомлень функції, як смислотворчу, компресивну та атрактивну, які є різновидами референтативної та

коногативної функцій мови відповідно. Крім того, мовна гра в новинному повідомленні здатна виконувати інші функції ЗМІ, а саме: естетичну, експресивну, маскуючу, дискредитуючу, світоглядну. Вважаємо ці функції різновидом аналітичної функції ЗМІ, яка, в свою чергу, є різновидом референтативної функції мови (за Р. Якобсоном). Аналітична функція ЗМІ, в цілому, непридатна новинним повідомленням, що розкриває маніпулятивний потенціал такого медіа-тексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Болдарева Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19: / Е.Ф. Болдарева. – Волгоград, 2002. – ? 18 с.
2. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс] / Словарь. – В 30 т. – М. : Сов. энциклопедия, 1969–1978. – Режим доступа : www.rubricon.com
3. Герцен А.И. Сочинения: в 2-х т. / А.И. Герцен. – М. : Мысль, 1985 – 1986.
4. Засурский Я.Н. Средства массовой информации России / Я.Н. Засурский, М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 259 с.
5. Земская Е.А. Языковая игра // Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / Е.А. Земская, М.А. Китайгородская, Н.Н. Розанова. – М. : Наука, 1983. – С. 172–214.
6. Замятин Е.И. Избранное ; сост. и подгот. текста О.Н. Михайлова / Е.И. Замятин. – М. : Правда, 1989. – 463 с.
7. Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте : учебное пособие / Е.Б. Курганова. – Воронеж : ВГУ, 2004. – ? 124 с.
8. Негрышев А.А. Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции (на материале газетных новостей) / А.А. Негрышев // *Inter-Cultural-Net : международный (электронный) научно-практический журнал*. – Владимир : ВФ НГЛУ имени Н.А. Добролюбова, 2006. – Вып. 5. – С. 66–79.
9. Покровская Е.В. Понимание современного газетного текста: дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01 / Е.В. Покровская : – М., 2003. – 277 с.
10. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики : учебник для студентов и вузов; – 7-е изд., испр. и доп. / Е.П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 368 с.
11. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – М. : Языки русской культуры, 2002. – 552 с.
12. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики в конце XX века) / С.И. Сметанина. – Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 382 с.
13. Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации / Р.О. Якобсон // *Избранные работы*. – М. : Прогресс, 1985. – С. 319–330.

УДК 811.111

ІНСТИТУЦІЙНІ ОЗНАКИ ПАРЛАМЕНТСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРЛАМЕНТУ

В.О. Головань (Київ)

Стаття присвячена дослідженню та опису інституційних ознак Європейського парламенту. Комунікація в Європарламенті є проявом спілкування в рамках сформованого у суспільстві інституту, стійкого комплексу формальних і неформальних правил, принципів, норм, що регулюють різні сфери людської діяльності і організують їх в систему ролей і статусів, що утворюють соціальну систему.

Ключові слова: Європейський парламент, інституційний дискурс, регламентованість.

Головань В.О. Институциональные признаки парламентской коммуникации Европейского парламента. Стаття посвящена исследованию и описанию институциональных признаков Европейского парламента. Коммуникация в Европарламенте является проявлением общения в рамках сформированного в обществе института, устойчивого комплекса формальных и неформальных правил, принципов, норм, регулирующих различные сферы человеческой деятельности и организующих их в систему ролей и статусов, образующих социальную систему.

Ключевые слова: Европейский парламент, институциональный дискурс, регламентирование.

Golovan V.O. Institutional features of parliamentary communication of the European Parliament. The article deals with research and description of the institutional features of the European Parliament. The communication in the European Parliament is a manifestation of communication within social institute, stable complex of formal and informal rules, norms, which regulate the various spheres of human activity and organize them into a system of roles and statuses that form a social system.

Keywords: European Parliament, institutional discourse, regulation.

Політичний та інституціональний дискурс є сферою дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених. Цей інтерес знайшов своє вираження у роботах, присвячених культурі політичної дискусії [2; 3; 5], специфіки політичного дискурсу [6–8], мови політики і політиків [1; 4], парламентських дебатів як мовної форми комунікації в пленумі [9; 10]. Тим не менш, особливості парламентського дискурсу міжнародних організацій є недостатньо дослідженими.

Об'єктом дослідження є парламентська комунікація Європейського парламенту. Предметом дослідження є інституційні ознаки парламентського дискурсу на матеріалі засідань Європейського парламенту.

Метою даної статті є виділення основних ознак інституціональності та регламентованості

парламентської комунікації Європейського Парламенту.

Матеріалом дослідження є стенограми та відеозаписи дебатів Європейського парламенту, що публікуються на офіційному сайті <http://www.europarl.europa.eu/>.

Актуальність даного дослідження визнається тим, що інституціональність парламентського дискурсу Європейського Парламенту є важливою в організації ефективної взаємодії комунікантів з огляду на міжнаціональний характер спілкування, яке при цьому являє собою комунікацію представників окремого інституту.

Європейський Парламент є важливим наднаціональним органом Європейського Союзу зі значним обсягом повноважень, який має важелі впливу на процеси, що відбуваються не лише на Євро-

пейському континенті, а й у цілому світі. Основною особливістю даного парламентського дискурсу є його багатомовність та мультикультурність. Наразі 23 мови визнані офіційними в Європейському Союзі. Англійська мова є рідною для депутатів Великої Британії, Ірландії та Мальти, тобто 90 депутатів, загальна частка яких становить 12%. Тим не менш, у своїх виступах англійську мову використовують і представники інших країн. Попри свій мультинаціональний характер комунікація Європейського Парламенту є чітко структурованим інституційним видом спілкування, в якому всі промовці так чи інакше адаптують особливості своєї мовної політичної культури згідно регламенту і прийнятих умов спілкування.

В залежності від умов протікання політичної комунікації, вона може реалізовуватися всередині інституціональних, напівінституціональних і неінституціональних рамок.

Неінституціональна організована політична комунікація знаходить своє відображення, наприклад, у промові передвиборної боротьби, коли відбувається спілкування з електоратом, громадянами безпосередньо, обмежена “участь” у спілкуванні яких реалізується за рахунок вигуків з місця, оплесків, проміжних питань, що впливають на хід комунікації.

Напівінституціонально прийнято вважати політичну діяльність, яка добровільно підпорядковується нею ж самою встановленим правилам. Учасники комунікації, як правило, є представниками однієї партії і партійного об’єднання. Це може бути комунікація на загальних зборах якої-небудь організації або партійному з’їзді.

Нарешті, інституціональні рамки політичної активності обумовлені певним інститутом, в якому протікає комунікація між політичними діячами. Інституційно закріплені правила визначають хід комунікації, наприклад, щодо розподілу виступів і відповідей, тимчасової протяжності виступів, наявності проміжних запитань [12].

Дебати в парламенті є вищим проявом інституційної полемічної бесіди, дебатами з певної теми або кадровими питаннями між членами політичного органу.

На думку Р. Водак, найбільш суттєвими характеристиками інституту є чітко встановлені правила, ролі та ритуали. Розглядаючи в своїй праці характерні особливості інституційної і повсякденної комунікації, автор зазначає, що інституціональній комунікації властиві [13, с. 38]:

1. Деперсоналізація або анонімність: інститути не визнають ніякої “я” – форми і дуже рідко “ми” – форму.

Так, наприклад, Антонія Парканова, депутат від Болгарії 4 лютого 2013 року під час дебатів присвячених обговоренню регулювання цін на медичну продукцію постійно апелює до займенників “we”, “our”, “all”:

“At the same time, the financial sustainability of national health-care systems has been put under greater pressure by the combined effect of the economic crisis and the ageing of our population, of which we have just spoken”.

“We are presenting significant changes to the initial proposal...”

“Our objective has been to strike a balance between the need to set up common transparency and procedural requirements while guaranteeing legal certainty and flexibility for competent national authorities with one principle in mind: accessibility and affordability of medicines for all”.

Численний мультинаціональний склад Європейського Парламенту об’єднується єдиним поняттям “ми”.

2. Ритуалізація і формалізація:

Для дебатів Європейського Парламенту з їхньою характерною регламентованою структурою обов’язковою умовою є спеціальна фіксація обговорюваних тем. Президент або його заступники, головуєчі в парламенті, в обов’язковому порядку затверджують перелік тем, які підлягають обговоренню на даному засіданні. Так, наприклад, порядок денний засідання від 4 лютого 2013 року включає наступні питання:

- *Resumption of session and order of business*
- *Joint debate – Agriculture in outermost regions*
- *Specific measures in favour of agriculture in the*

smaller Aegean islands (Report: Georgios Papastamkos)

- *Specific measures for agriculture in the outermost regions of the Union (Report: Gabriel Mato Adrover)*
- *Elimination and prevention of all forms of violence against women and girls*
- *Improving access to finance for SMEs (Report: Philippe De Backer)*
- *One-minute speeches*

Світ повсякденних понять повністю замінюється професійною мовою. Це стосується як усної, так і письмової комунікації. Європейський Парламент керується у своїй діяльності багатомовним тезаурусом “EuroVoc”, що окреслює основну лексику, що вживається в документах Європейського Парламенту. Так наприклад, деякі лексеми зазначені у сфері “політика” містять: *national identity, political involvement, rights of minorities, sociocultural group*.

3. Мілітаризм: стислість, командний тон у поєднанні з типовими мілітаризмами (звання, посадова ієрархія, присяга, покора, регламент)

Парламентські дебати – діалог рівноправних учасників. В даному випадку рівноправність означає, що будь-який учасник дебатів має рівні з іншими шанси в будь-який час взяти слово. Однак ці шанси прямо або побічно розподіляються керівником бесіди, в даному випадку головою німецьким політиком Мартіном Шультцем або його заступниками. Це відбувається за допомогою реплік президії, організуючих хід дебатів: *“I give a word to (...)”, “I give a floor to (...)”*.

4. Раціоналізація та гармонізація: утопія та девіз всіх інститутів – “об’єктивність”. Все має бути підігнано під певну схему, виключення небажані, конфлікти придушуються або ховаються. Таким чином, створюється “гармонійна” картина світу,

хоча, що цілком природно, інституціональні конфлікти мають місце бути.

Антонія Парканова на вже зазначеному засіданні у заключній доповіді, не зважаючи на критику та проблеми, які підіймалися попередніми промовцями, висловлює надію та сподівання на підтримку та об’єднання їх у єдиному напрямку роботи:

“I hope that all the institutions will be willing to engage in this direction and that citizens and patients can count on the European Parliament to maintain these principles in our future decisions”.

Європейський парламент як інституція продовжує бути єдиною точкою відліку та опори у вирішенні будь-яких питань та раціоналізації та гармонізації промов депутатів.

Засідання Європейського парламенту має чітко регламентовану структуру. Для будь-яких парламентських дебатів в якості політичної проблеми, що підлягає вирішенню, може служити будь-який мотив або підстава / привід. Варто відзначити, що приводи для проведення пленарних дебатів вельми різноманітні. Сюди відносяться незалежні пропозиції, заяви, запити парламенту, доповіді слідчих комісій, комітетів, проекти ЄС тощо.

В контексті парламентського дискурсу необхідність визначення проблеми позначає і вироблення відповідної пропозиції щодо її вирішення – мета, яка шляхом обговорення і голосування призводить до певного рішення / результату. Весь риторико-аргументативний план парламентського дискурсу будується відповідно до прагнення привести партійні / фракційні позиції ораторів до поставленої мети або висновків за змістом проблеми. Ці основоположні моменти, що визначають всю структуру парламентських дебатів, можна представити у вигляді схеми (див. рис. 1).

- | | |
|----------------------|---|
| I. Постановка мети | <ul style="list-style-type: none"> 1) Мотив дебатів 2) Визначення проблеми 3) Мета як пропозиція по вирішенню проблеми |
| II. Розробка мети | <ul style="list-style-type: none"> 1) Доповіді ораторів / партій 2) Рішення 3) Висновки за змістом |
| III. Досягнення мети | <ul style="list-style-type: none"> 1) Результат дебатів |

Рис. 1. Структура парламентських дебатів

Рішення оратора тут розуміється як “за”, “проти”, “утримався”, щоб позначити відповідні позиції по відношенню до поставленої мети. “За” в даному випадку означає необмежену підтримку, “проти” – необмежене несхвалення мети. “Утримався” обмежує визнання мети певними застереженнями. Змістовна сторона вотуму по відношенню до мети позначена в цій схемі як “висновок”. Вона є експліцитною, а в деяких випадках і імпліцитним результатом партійної риторичної аргументації. В якості окремих ступенів всього процесу дебатів можна виділити постановку, розробку мети і її досягнення.

Щодо типу доповідей / повідомлень слід розрізняти початкове, наступне за черговістю і заключне повідомлення, причому тому, хто відкриває повідомлення, відповідає, як правило, функція позначення мети і її обґрунтування. Разом з першим “проти” воно утворює опозиційну рамку дебатів, відповідно до якої потім будуються всі модифікації повідомлень інших ораторів.

Виходячи з принципів класичної риторики, до будь-якого усного тексту може бути застосована трифазна модель, яка виділяє фазу початку, розробки і закінчення промови [11].

Подібна структурованість мови ні в якому разі не є нав’язаною обов’язковою умовою, це, швидше, запропонована класична структура, яку оратор за своїм бажанням може варіювати. Так, багато доповідачів відразу переходять до суті питання, випускаючи зі своєї мови фазу початку, не роблячи

до свого виступу роз’яснювальні зауваження. До можливого підведення уваги слухачів до самої аргументації, яка містить вказівки на приведення доказів, пролепсис (передбачення) висновку як тези промови, примикає фаза розробки мети як головна частина мови оратора. На даному етапі доповідач розвиває свою точку зору щодо питання, яке обговорюється, чітко відокремлюючи від неї опозиційні і конкуруючі позиції. Структура фази розробки може включати обидві категорії аргументації *probatio* (доказ) і *refutatio* (спростування), які можуть супроводжуватися наративними висловлюваннями (*narration*). Заклучна фаза є сигналом закінчення промови і може містити висновки, фінальні висновки, узагальнюючі зауваження та перспективи [11].

При аналізі фази розробки мети встановлюється, яким чином автор висловлювання шляхом приведення доказів поступово підводить думку до мети дебатів, як він у ході викладу розвиває власну концепцію і резюмує своє рішення.

Крім перерахованих ознак, чітка регламентованість комунікації, притаманна інституціональному дискурсу, знаходить своє відображення в структурі парламентського дискурсу, зокрема, в репліках президії, що організують і направляють хід дебатів, серед яких можна виділити:

1. Організаційні репліки:

- відкриття засідання: “*If I could please ask you to take your seats, Ladies and Gentlemen*”, “*I ask you, please take your seats now*”, “*I would like to open today’s meeting*”;

- оголошення та оприлюднення порядку денного: *“Welcome everybody. I just will remind you the first point on the agenda: ...”, “The part session is resumed that we left on ... The minutes and the adopted texts of the sitting of... have been distributed. Are there objections? No. So the minutes stand adopted”*;

- переривання і закінчення засідання: *“As usual, I would like to thank to the interpreters, the presidency staff and the sitting. Good night”, “The session is suspended”, “The session is closed”*;

- оголошення наступного засідання: *“The next session will take place ... from ... to...”*;

- оприлюднення порядку денного наступного засідання. *“The agenda includes ... and is available on the website of the European Parliament”*.

Дані мовні дії голови спрямовані на організацію роботи парламенту в цілому не тільки протягом дня засідання, але й визначають фронт роботи і коректують розпорядок засідань наступних днів. При цьому мова йде, як ми бачимо, про засідання в цілому, а не про дебати по окремим пунктам порядку денного.

2. Репліки, що визначають структуру дебатів під час обговорення:

- відкриття і закриття дебатів по одному пункту порядку денного: *“I now call the next item:... Mr. ... is the first to get the floor”, “The last item in our agenda is the report by ...”*;

- постановка питань: *“Are there any objections?”*;

- питання про бажання взяти слово. *“Is there anyone else to take the floor....?”*;

- фіксування результатів голосування: *“Who is in favour? Who is against? Abstention? Adopted”, “The vote is postponed. In favour..., abstentions... That is rejected. Thank you”, “I open the vote. Has everybody voted? I close the vote. It is adopted.”, “Colleagues, we are now moving to the explanation of votes”*.

3. Репліки президії, що організують хід дебатів:

- прохання дотримуватися тиші / зберігати спокій: *““I need your attention. I really need your full attention”, “Please, be seated”*;

- звернення до доповідача про дозвіл проміжного або додаткового питання: *“Mr....., will you get a*

question from Mr....?”;

- оприлюднення заяви президії: *“Since we are very late and there is a risk that we will not be able to go through all reports and all explanations of votes requested, I want to tell you in advance that to do it in half an hour, we will have to move some explanations of votes for after tomorrow voting”*;

- зауваження: *“Please mind that...”*;

- позбавлення слова: *“Mr....the time is out”*.

Отже, мультикультурна комунікація в Європарламенті є проявом інституційного дискурсу, тобто спілкування в рамках сформованих у суспільстві інститутів, стійких комплексах формальних і неформальних правил, принципів, норм, установок, що регулюють різні сфери людської діяльності і організують їх в систему ролей і статусів, що утворюють соціальну систему. Для усної форми комунікації в пленумі характерні: розподіл ролей тих, хто виступають у парламенті, чітко закріплений порядок виступів, часові обмеження виступів, тематичні обмеження, можливість проміжних запитань, зміна ораторів, вплив невербальних ситуативних ознак і співвіднесеності з попередніми виступами. Перспективу для подальшого дослідження становить вивчення особливостей взаємодії комунікантів Європейського парламенту з огляду на міжнаціональний характер спілкування, яке при цьому являє собою комунікацію представників окремого інституту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Амиров В.М. Агитационный предвыборный сверхтекст: организация содержания и стратегии реализации : дис. ... канд. филол. наук / В.М. Амиров. – Екатеринбург, 2002. – 228 с.
2. Верещагин С.Б. Дискурсивные аспекты политических дебатов (на материале русских и английских текстов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / С.Б. Верещагин ; Тюменский гос. ун-т. Тюмень, 2007. – 26 с.
3. Виноградов С.И. Слово в парламентском общении: функции и культурный контекст / С.И. Виноградов // Культура парламентской речи. – М. : Наука, 1994. – С. 46–57.
4. Граудина Л.К. Эвфемизмы – дисфемизмы: парламентские и непарламентские выражения / Л.К. Граудина // Культура парламентской речи. – М. : Наука, 1994. – С. 77–90.
5. Дмитриева О.Л. Ярлык в парламент-

- ской речи / О.Л. Дмитриева. // Культура парламентской речи. – М. : Наука, 1994. – С. 94–97. 6. Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия / В.З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М. : ИНИОН, 1989. – С. 13–41. 7. Миронова П.О. Стратегия редуционизма в современном политическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект : автореф. ... дис... канд. филол. наук / П.О. Миронова. – Омск, 2003. – 23 с. 8. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал ; РАН. Ин-т языкознания; Волгогр. гос. пед. ун-т. – М., Волгоград : Перемена, 2000. – 376 с. 9. Bayley P. Cross-cultural Perspectives on Parliamentary Discourse / P. Bayley. – Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2004 – 384 p. 10. Ilie C. European Parliaments under Scrutiny: Discourse Strategies and Interaction Practices / C. Ilie. – Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2010. – 378 p. 11. Kalivoda G. Parlamentarische Rhetorik und Argumentation / Gregor Kalivoda. – Frankfurt am Main : Peter Lang, 1986. – 185 S. 12. Mayr A. Language and power: an introduction to institutional discourse / Andrea Mayr. – режим доступа : [http://www.scribd.com/doc/36677712/Language-and-Power-an-Introduction-to-Institutional-Discourse] 13. Wodak R. Language, Power, and Ideology. – Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1989. – 288 p.

УДК: 811.112.2'42

ПЕРЛОКУТИВНЫЙ ЭФФЕКТ РЕЧЕВЫХ АКТОВ НЕОДОБРЕНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Т.В. Давыдова (Харьков)

В статье рассмотрены вербальные реакции на речевой акт неодобрения (порицание, критика, упрек, осуждение, обвинение, оскорбление) в зависимости от перлокутивного эффекта. Выделяется три типа таких реакций в немецкоязычном диалогическом дискурсе: согласие, несогласие и уклончивая реакция. Доказывается, что интеракции “неодобрение – согласие” и “неодобрение – несогласие” являются диалогическими единствами.

Ключевые слова: диалогическое единство, дискурс, неодобрение, перлокутивный эффект, реакция, речевой акт, согласие.

Давыдова Т.В. Перлокутивний ефект мовленнєвих актів несхвалення в німецькомовному діалогічному дискурсі. У статті розглянуто вербальні реакції на мовленнєвий акт несхвалення (догана, критика, докір, осуд, звинувачення й ображення) залежно від перлокутивного ефекту. Виділяється три типи таких реакцій у німецькомовному діалогічному дискурсі. Доводиться, що інтеракції “несхвалення – згода” і “несхвалення – незгода” є діалогічними єдностями.

Ключові слова: діалогічна єдність, дискурс, згода, мовленнєвий акт, несхвалення, перлокутивний ефект, реакція.

Davydova T.V. Perlocutionary effect of disapproval speech acts in the German dialogical discourse. In this paper verbal reactions to the disapproval speech act (blame, reproach, critics, censure, accuse, insult) are drawn depending on their perlocutionary effect. Three types of those reactions are distinguished. It is demonstrated, that the interactions “disapproval – agreement” and “disapproval – disagreement” are dialogical unities.

Key words: agreement, dialogical unity, disapproval, discourse, speech act, perlocutionary effect, reaction.

В последнее время в центр исследовательского интереса прагмалингвистики попадает взаимоотношение речевых актов (далее – РА) в интерактивных блоках диалогического дискурса. Если ранее акцент в изучении диалога делался на синтаксической и структурно-семантической соотнесенности реплик, особенностях языкового выражения смыслов в реактивных РА [6; 8; 9; 10; 13; 14; 17], а также на стратегических целях в диалогическом дискурсе и средствах их достижения [11], то в русле современной когнитивно-коммуникативной парадигмы лингвистического знания на первый план выдвигаются пропозициональные, иллокутивные и перлокутивные характеристики инициального и реактивного РА, дающие возможность устано-

вить закономерности прагматической когерентности диалогического дискурса. В этой связи актуальным представляется исследование диалогических реакций на речевые акты неодобрения.

Цель статьи – систематизировать реакции на РА одобрения на основе его перлокутивного эффекта в немецкоязычном разговорном диалогическом дискурсе и установить, какие реактивные РА составляют с РА неодобрения диалогическое единство. Материал исследования составляют фрагменты разговорного диалогического дискурса, представленного в современной немецкоязычной художественной литературе.

Под диалогическим дискурсом понимаем речемыслительную коммуникативную деятельность

© Давыдова Т.В., 2013

двух и более коммуникантов в широком (ситуативно-коммуникативном, социо-культурном, когнитивно-психологическом) контексте, зафиксированную специфическим диалогическим текстом – диалогом [4, с. 4; 7, с. 15].

Диалог характеризуется двумя основными принципами: принципом мены коммуникативных ролей и принципом когерентности [13, с. 48]. Мена ролей состоит в том, что коммуниканты по очереди выполняют роли говорящего и адресата [7, с. 17; 14; 17]. Когерентность или смысловая связность диалога обеспечивается грамматической, семантической и прагматической связностью реплик. Реплике в дискурсивном анализе соответствует дискурсивный ход коммуниканта [12, с. 112].

Прагматическая связность состоит в последовательной реализации РА, демонстрирующих пропозициональные, иллокутивные и перлокутивные корреляции. Диалогический дискурс представляет собой обмен речевыми действиями, речевую интеракцию – реализацию инициальных, реактивных и ре-инициальных РА. Ре-инициальные РА одновременно и выступают реакцией на предыдущее действие, и инициируют следующее [15, с. 211].

Отдельные интеракции представляют собой высоковероятностные диалогические единства, основанные на “иллокутивном вынуждении” [2] (“вопрос – ответ”, “просьба – согласие / отказ”, “поздравление – благодарность” и т.п.). Диалогическое единство как сочетание реплики-стимула и реплики-реакции, объединённых одной коммуникативной задачей [7, с. 31], называется также интерактивным блоком [6, с. 46] или коммуникативным актом [5, с. 3].

Представляется, что в диалогическом единстве прагматическая связность ходов основана не только на иллокутивном, но и на перлокутивном “вынуждении”. Это можно проиллюстрировать, установив типы реагирования на РА неодобрения (упрек, негативную критику, обвинение, осуждение, порицание и оскорбление) в процессе реализации немецкоязычного диалогического дискурса. Неодобрительные РА относим к иллокутивному подклассу экспрессивов – негативным эвалюативам,

характеризующимся наличием субъективной оценки, объектом которой являются действия адресата, в т.ч. речевые, а также его поступки, психическое состояние, внешний вид, характер, принадлежащие ему и созданные им предметы и т.п. [3, с. 229].

Перлокутивной целью неодобряющего говорящего является воздействие на эмоциональную сферу адресата – стремление изменить его эмоциональное состояние [1, с. 59], вызвать сожаление о содеянном, раскаяться. Достигнута ли эта цель, показывает реактивный РА адресата неодобрения (неодобряемого говорящего). Если цель достигнута, то РА неодобрения удачен, если не достигнута – РА неудачен, т.е. имел место не перлокутивный акт, а перлокутивная попытка [3, с. 189]. В этом состоит перлокутивный эффект РА неодобрения, который понимаем как любую реакцию адресата, вызванную произнесением высказывания, интендируемую и неинтендируемую [16, с. 153].

В зависимости от перлокутивного эффекта РА неодобрения, выделяем три типа вербальных реакций на него в немецкоязычном диалогическом дискурсе: согласие, несогласие и уклончивую реакцию. В приводимых дискурсивных фрагментах инициальный РА неодобрения подчеркнут сплошной линией, а реактивный РА – пунктирной.

Согласие с негативной оценкой собеседника основано на признании неодобряемым говорящим своей вины / провинности / неправомерности действия т.п., например:

- (1) [Разговор комиссара полиции, задержавшейся на работе, с дочерью-близнецами]
 „Setz dich endlich, Mama“, *drängte Beate ungeduldig*, “wir sind bereits am Verhungern. Warum hast du nicht angerufen und uns gesagt, dass du später kommst?”
 „Tut mir Leid“, *entschuldigte sie sich bei den beiden*, „das hätte ich wirklich tun sollen.“
 (Bloom, S. 45.)

Инициальный РА неодобрения в этом случае является удачным, так как говорящий достиг своей перлокутивной цели – раскаяния адресата в случившемся. Последний либо констатирует свою

вину или неправомерность своего поступка (1), или извиняется (2):

(2) [Госпожа Ляймгрубер сплетничает]

Frau Leimgruber: <...> *derweit hat er sie gar nicht angerührt und sie hat immer gebrüllt: „Er bringt mich um, er bringt mich um!“ Meiner Seel, der gehört der Hintern verhaut, daß er nur so staubt.*

Vertreter horcht plötzlich auf: *Was für ein Hintern?*

Frau Leimgruber: *Geh, Sie hören mir ja gar nicht zu und ich erzähl Ihnen da Intimitäten.*

Vertreter: *Pardon.* (Horvath: *Der jüngste Tag*, S. 536)

Несогласие с негативной оценкой собеседника является наиболее вариативным в прагмасемантическом отношении, проявляя несколько подтипов: опровержение, оправдание, перевод вины на другого, сомнение в достоверности факта, выражение эмоций и ответное неодобрение.

Опровержение основывается на приведении доводов, доказательств, опровергающих мнение собеседника, например:

(3) [Комиссар полиции Йоганна считает своего помощника необразованным, не упуская случая упрекнуть его в этом]

Als sie Markus' konsternierten Blick auffing, ergänzte sie: „Faust, erster Teil.“ Oberlehrerhaft setzte sie hinzu: „Johann Wolfgang von Goethe, ein deutscher Dichter.“ +> (Ich erkläre dir das, weil du das nicht weißt)

Markus schob beleidigt die Unterlippe vor und entgegnete: „So dünn ist der Lack meiner Bildung auch wieder nicht. Ich weiß selbst, dass Goethe kein deutscher Metzger war.“ (Bloom, S. 244)

Оправдание адресата неодобрения предполагает высказывание положения вещей, объясняющее причины его проступка и снимающее таким образом его вину. От опровержения оправдание отличается тем, что неодобряемый не отрицает факт проступка, а объясняет свое поведение. Как правило, причины касаются когнитивной сферы (4) или действий (5) неодобряющего:

(4) Dick geht zum Sofa hinüber, stellt eine Aktentasche auf den Kaffeetisch: *Wie konntest du ihr etwas zum Geburtstag schenken und ich steh leer da.*

Warum hast du mich nicht gewarnt?

Allan: *Sie ist deine Frau. Ich dachte, du wußtest das.* (Allen, S. 31)

(5) [Лотар спрашивает у бывшей жены о сыне]

Ruth: *Nach Dreierlenheim. Ein sozialistisches Kinderlager. Oder wie sich das nennt. Alle seine Freunde sind dort.*

Lothar: *Du bist wohl übergeschnappt!? Sozialistisches Kinderlager! So etwas gibt es doch überhaupt nicht – !*

Ruth: *Natürlich. Dreierlenheim. Gibt es.*

Lothar: *Ohne mich zu fragen?*

Ruth: *Es mußte ja schnell gehen. Fritz wollte unbedingt. Du bist seit vierzehn Tagen nicht bei uns gewesen. In der Praxis darf man dich nicht anrufen...*

Lothar: *Sozialistisches Arbeitslager, mein Gott!* (Strauß, S. 70)

Перевод вины на другого – удобный для неодобряемого коммуниканта прием снятия с себя ответственности за случившееся, характерен для парентального дискурса в ситуации общения детей с родителями:

(6) [Мать порицает дочь в том, что она позволила младшему брату есть майонез, когда дети были с отцом]

„Ach, Nelly, hast du vergessen, dass er keine Mayonnaise verträgt?“

„Nee, ich nicht. Aber Papi.“

„Und du hast es ihm nicht gesagt!“

Nelly zuckte mit den Schultern. „Ich bin doch nicht der Erziehungsberechtigte. Aber ich ab's ihm gesagt. Hinterher.“ (Gier, S. 252)

Сомнение в достоверности высказанного факта неодобряемый говорящий выражает в виде риторического вопроса, форма которого позволяет смягчить возражение. Факт, вызвавший неодобрение, может касаться и действий адресата (7), и характеристик его психики (8):

(7) [Обсуждается вопрос, почему рабочие уходят в конкурирующую фирму]

Sorm: *Es geht nicht immer um Geld. Er hat mehr zu bieten. Und: verbietet er seinen Arbeitern vielleicht, daß sie in die Gewerkschaft eintreten?*

(+> *Er verbietet seinen Arbeitern nicht, dass sie in die Gewerkschaft eintreten, und du verbietest deinen Arbeitern, dass sie in die Gewerkschaft eintreten*)

Laiper: *Hab ich das getan?* (+> *Ich hab das nicht getan*) (Sperr, S. 270)

(8) [Янна враждебно воспринимает ухаживания Арно, но за враждебностью кроется симпатия]

Janne: *Immerhin sind Sie Abteilungsleiter.*

Arno: *Aber nicht Ihrer.*

Janne: *Sind Sie immer so aggressiv?* (+> *Jetzt sind Sie aggressiv*)

Arno: *Ist das aggressiv, wenn man sagt, was man denkt?* (+> *Es ist nicht aggressiv, wenn man sagt, was man denkt*)

Janne: *Es kommt auf die Situation an.* (Bieler, S. 13)

Эмоциональная реакция состоит в выражении недовольства, возмущения, гнева, раздражения и других негативных эмоций, направленных на собеседника, высказавшего неодобрение, например:

(9) [муж упрекает жену в том, что она не хочет выполнять его приказания]

Privatpädagoge: *Los! Geh und bring mir dichte Würmer! Los!*

Frau rührt sich nicht. *Was stehst denn noch da? Hast mich denn nicht gehört?*

Frau unheimlich ruhig: *Ich such dir keine Würmer mehr.*

Privatpädagoge: *Was sind denn das für neue Töne?*

Frau bricht plötzlich los: *Ich such dir keine Würmer mehr! Such sie dir selbst! Genug, genug! Jetzt zertritt ich sie dir!* Sie zertrampelt hysterisch schluchzend die Würmer auf dem Boden.

(Horváth: *Hin und Her*, S. 234)

Ответное неодобрение действий собеседника часто совмещается с опровержением, например, эксплицитное обвинение в ответ на обвинение (10) и имплицитный упрек в ответ на оскорбление (11):

(10) [Кегат прыгнул с вышки и упал на Амину, которая плавала в этот момент в бассейне]

„*Sie Idiot!*“ *sagte sie mühsam.*

„*Guten Tag!*“ *antwortete Kehat.*

„*Warum müssen Sie gerade springen, wenn ich unten vorbeischwimme?*“

„*Warum müssen Sie schwimmen, wenn ich springe? Wo kamen Sie überhaupt her? Als ich absprang, war der Becken leer.*“

„*Ich paddelte unter dem Turm. So etwas Idiotisches! Ich hätte tot sein können!*“

„*Wir beide.*“

„*Ihr Schuld!*“ *Sie blitzte ihn an.* (Konsalik, S. 8)

(11) [Сестры не могут договориться, кто первый будет кататься на ролике]

„*Zuerst müssen wir auszählen, wer als Erste mit Markus' City-Roller losflitzen darf*“, *kommandierte Birgit und fing bereits mit dem Auszählvers bei sich an.*

„*Typisch Egoist*“ (+> *Du weißt, dass du gewinnst, wenn du bei dir anfängst*), *schimpfte Beate*, „*du weißt sehr gut, dass ich verliere, wenn du bei dir beginnst.*“

„*Und mit wem hättest du angefangen?*“, *fragte Birgit scheinheilig.* (+> *Du hättest auch bei dir angefangen*) (Bloom, S. 166)

Третий тип реакций на неодобрение – уклончивая реакция, состоящая либо в молчании (12), либо в прерывании разговора (13):

(12) [Лоренц, разведясь с женой, убрал из квартиры все, что о ней напоминает]

„*Du willst wohl alles raushaben, was dich an mich erinnert, stimmt's?*“ *Lorenz antwortete nicht. Er drehte nur ungeduldig den Schlüsselbund in seiner Hand hin und her.* (Gier, S. 41)

(13) [Кох помогает сыну делать уроки. Входит жена и заводит разговор о соседях, купивших телевизор]

Koch: *Komm gebbemol sofort des Heftche her, mer sin noch net fertich, des fehlt grad noch, die Uffgabe net gemacht un Schundheftcher lese. Also was is? Hoste gesehe, daß dene heut en Fernseher gebracht worn is. Net? No also? Was redst dann?*

Frau Koch: *Was bist du dann so ruppisch? Wie sprichst du übbberhaupt mit mir, Günter?*

Roland: *Babba, was is, erklärstes oder net?*

Frau Koch: *Daß du disch net scheemst, vor dem Bub.*

Koch: *Ach loßt mer mei Ruh!* (Deichsel, S. 191)

Уклончивая реакция, как и несогласие с неодобрением собеседника, свидетельствует о том, что РА неодобрения неудачен, т.е. говорящий не достиг перлокутивной цели – раскаяния адресата в случившемся. Но, в отличие от реакции несогласия, уклончивая реакция не связана с инициальным РА одобрения ни пропозиционально, ни иллюкутивно, ни перлокутивно. Поэтому в соответствии с прагматическим критерием связности ходов, к диалогическому единству целесообразно отнести только интеракции “неодобрение – согласие” и “неодобрение – несогласие”. В этих случаях ходы демонстрируют связность пропозициональных, иллюкутивных и перлокутивных характеристик РА.

Таким образом, РА неодобрения в немецкоязычном диалогическом дискурсе на основе перлокутивного эффекта демонстрирует три типа вербальных реакций: (а) согласие, представляющее собой констатацию вины и / или извинение; (б) несогласие, проявляющееся в виде опровержения, оправдания, перевода вины на другого, сомнения в достоверности факта, выражения эмоций и ответного неодобрения; а также (в) уклончивую реакцию, состоящую в молчании либо прерывании разговора. При этом интеракции “неодобрение – согласие” и “неодобрение – несогласие” являются диалогическими единствами.

Перспективным считаем исследование выделенных типов и подтипов в зависимости от социальностатусных ролей коммуникантов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анипкина Л.Н. Оценочные высказывания в прагматическом аспекте / Л.Н. Анипкина // Филологические науки. – 2000. – № 2. – С. 58–65. 2. Баранов А.Н. Иллюкутивное вынуждение в структуре диалога / А.Н. Баранов, Г.Е. Крейдлин / Вопросы языкознания. – 1992. – № 2. – С. 84–99. 3. Безугла Л.Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовно-

му діалогічному дискурсі / Л.Р. Безугла. – Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2007. – 332 с. 4. Безугла Л.Р. Диалог, диалогічний текст та диалогічний дискурс / Л.Р. Безугла // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2009. – № 867. – С. 3–8. 5. Власова Т.М. Функционально-семантические типы реплик-реакций в диалоге пьес среднеанглийского периода : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Т. М. Власова. – Л., 1980. – 20 с. 6. Герасимова О.И. Прагматическая детерминированность ответных реплик / О.И. Герасимова // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин : Изд-во Калинин. гос. ун-та, 1985. – С. 44–48. 7. Колокольцева Т.Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи / Т.Н. Колокольцева. – Волгоград : Изд-во Волгоград. гос. ун-та, 2001. – 260 с. 8. Комина Н.А. Прагматическая структура констативного блока реплик в диалоге / Н.А. Комина // Языковое общение и его единицы. – Калинин : Изд-во Калининского гос. ун-та, 1986. – С. 60–66. 9. Малімонова Н.В. Опозитивна реакція в сучасній англійській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Н.В. Малімонова. – Харків, 1996. – 20 с. 10. Радаев А.М. Функциональная модель оппозитивного (полемиического) диалога : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / А.М. Радаев. – М., 1984. – 20 с. 11. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии / С.А. Сухих // Языковое общение и его единицы. – Калинин : Изд-во Калинин. гос. ун-та, 1986. – С. 71–77. 12. Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків : Константа, 2005. – С. 105–117. 13. Franck D. Grammatik und Konversation / Franck D. – Königstein / Sc. : Scriptor, 1980. – 281 S. 14. Hundsnurscher F. Dialoganalyse und Literaturbetrachtung / F. Hundsnurscher // Concepts of Dialogue: Considered from the Perspective of Different Disciplines. – Tübingen : Niemeyer, 1994. – P. 77–105. 15. Rolf E. Sprachliche Informationshandlungen / E. Rolf. – Göttingen : Kümmerle, 1983. – 232 S. 16. Staffeldt S. Perlokutionäre Kräfte. Lexikalisierte Wirkungen sprachlicher Äußerungen im Deutschen / Staffeldt S. – Fr. / M. : Peter Lang. – 2007. – 251 S. 17. Tschauder G. Dialog ohne Sprecherwechsel? Anmerkungen zur internen Dialogizität monologischer Texte / G. Tschauder // Dialoganalyse II. – Tübingen : Niemeyer, 1989. – S. 191–205.

ИСТОЧНИКИ**ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА**

1. Allen W. Spiel's nochmal, Sam : Eine romantische Komödie in drei Akten / Woody Allen // Spectaculum 63. Moderne Theaterstücke. – Fr. / M. : Suhrkamp, 1997. – S. 9–50.
2. Bieler M. Drei Rosen aus Papier / Manfred Bieler // Hörspiele. – B. : Henschel, 1964. – S. 7–39.
3. Bloom L. Rosen in Sankt Johannis : Kriminalroman / Lena Bloom. – Fr. / M. : Fouque Literaturverlag, 2002. – 287 S.
4. Deichsel W. Bleiwe losse / Wolfgang Deichsel // Wunschkonzert: Stücke aus der BRD, Österreich und der Schweiz. – M. : Raduga, 1983. – S. 181–218.
5. Gier K. Die Mütter-Mafia : Roman / Kerstin Gier. – Köln : Bastei Lübbe, 2005. – 320 S.
6. Horváth Ö. v. Der jüngste Tag / Ödon von Horváth // ders. Gesammelte Werke. Bd. 2 : Schauspiele. – Fr./M : Suhrkamp, 1978. – S. 529–588.
7. Horváth Ö. v. Hin und her / Ödon von Horváth // ders. Gesammelte Werke. Bd. 3 : Komödien. – Fr. / M. : Suhrkamp, 1978. – S. 201–272.
8. Kosalik H.G. Liebe auf dem Pulverfaß : Roman / Heinz G. Kosalik. – Berlin : Goldmann, 1991. – 190 S.
9. Sperr M. Landshuter Erzählungen / Martin Sperr // Wunschkonzert: Stücke aus der BRD, Österreich und der Schweiz. – M. : Raduga, 1983. – S. 265–330.
10. Strauß B. Trilogie des Wiedersehens / Botho Strauß // ders. Trilogie des Wiedersehens. Groß und klein. Zwei Theaterstücke. – München : Taschenbuch Verl., 1982. – S. 5–124.

КОМУНІКАТИВНА НЕВДАЧА У СИТУАЦІЇ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ

М. В. Котов (Харків)

Статтю присвячено дослідженню явища комунікативної невдачі у ситуації міжкультурного спілкування представників англомовної та неангломовної культур англійською мовою. Представлено особливості репрезентації цього явища у структурно-семантичному та функціональному аспектах. Комунікантів (продюцента і реципієнта) розглядаємо як полікультурних дискурсивних особистостей, які реалізують себе на етапах етноцентризму та етнорелятивізму.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, полікультурна дискурсивна особистість, комунікативна невдача, етноцентризм, етнорелятивізм.

Котов М.В. Коммуникативная неудача в ситуации межкультурного общения. В статье исследуется явление коммуникативной неудачи в ситуации межкультурного общения представителей англоязычной и неанглоязычной культур на английском языке. Представлены особенности репрезентации данного явления в структурно-семантическом и функциональном аспектах. Коммуниканты (продюцент и реципиент) рассматриваются как поликультурные дискурсивные личности, которые реализуют себя на этапах этноцентризма и этнорелятивизма.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, поликультурная дискурсивная личность, коммуникативная неудача, этноцентризм, этнорелятивизм.

Kotov M. Communicative Failure in Intercultural Communication. The article deals with the phenomenon of the communicative failure within the framework of intercultural communication of the representatives of English-speaking and non-English-speaking cultures using the English language. The specificity of the representation of the abovementioned phenomenon in structural-semantic and functional aspects is discussed. Communicants are considered as polycultural discursive personalities acting at the ethnocentrist and ethnorelativist levels.

Key words: intercultural communication, polycultural discursive personality, communicative failure, ethnocentrism, ethnorelativism.

У контексті антропоцентричної парадигми, зважаючи на зростаючий динамізм та мобільність у сучасному світі, усе більшої уваги приділяється лінгвістичним розвідкам, спрямованим на дослідження комунікативного процесу у ситуації міжкультурної взаємодії із урахуванням таких факторів, як культурна приналежність, комунікативні наміри співрозмовників, невербальна поведінка комунікантів, їх соціальний статус, психологічний та емоційний стани тощо.

Кожен із вищенаведених факторів може стимулювати розгортання комунікативного процесу, що у результаті призводить до досягнення комунікативної мети. У той же час у рамках міжкультур-

ної комунікації вищезазначені фактори можуть становити собою перешкоду і призводити до комунікативної невдачі (КН).

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей явища комунікативної невдачі, які притаманні комунікативній ситуації, що характеризується участю комунікантів різного культурного походження.

Актуальність роботи полягає у наявності тенденції до виокремлення та характеристики факторів, які гармонізують комунікативні процеси, необхідності дослідження способів зняття конфліктів у ситуації міжкультурної взаємодії, що зумовлено антропоцентризмом сучасної лінгвістичної науки

та масштабами розгортання глобалізаційних процесів.

Об'єктом дослідження є стереотипна комунікативна діяльність полікультурної дискурсивної особистості представників англомовної та неангломовної культур англійською мовою, яку відображено у дискурсивних фрагментах діалогічної взаємодії.

Предметом дослідження виступають особливості вербальної репрезентації явища комунікативної невдачі у ситуації міжкультурного спілкування.

Матеріалом слугували дискурсивні фрагменти діалогічної взаємодії, які містять приклади комунікативної взаємодії представників англомовної та неангломовної культур англійською мовою, відібрані методом суцільної вибірки із художніх творів англомовних письменників ХХ-ХХІ сторіч та скриптів кінофільмів.

У сучасній лінгвістиці активно використовуються наступні терміни на позначення труднощів, що виникають протягом розгортання комунікативного процесу, стаючи на заваді досягненню комунікативної мети: “комунікативна невдача” [1; 4; 5; 6; 11], “мовний конфлікт” [9], “мовленнєва невдача” [7; 8], “комунікативна девіація” [1; 2] та інші. У контексті актуального дослідження зупиняємось на терміні “комунікативна невдача” в інтерпретації Ф.С. Бацевича. Отже, під КН розуміємо збій у спілкуванні, відсутність взаєморозуміння та згоди між учасниками спілкування, що пов'язано із недостатньою комунікативною компетенцією учасників спілкування [1, с. 214, 322].

Беручи до уваги структурно-семантичний аспект, виділяємо КН (не)мовного характеру, які пов'язані із використанням вербальних та невербальних комунікативних компонентів (ВК та НВК відповідно). Керуючись функціональним аспектом – КН мовленнєвого характеру, які пов'язані із порушенням принципу Кооперації (коли орієнтуємось на контенсивну [13, с. 194] сторону вкладів учасників комунікації) чи принципу Увічливості (коли відбувається орієнтація на статусно-соціальний бік комунікації).

Учасників комунікативного процесу у ситуації міжкультурного спілкування розглядаємо як по-

лікультурні дискурсивні особистості (ПДО), себто як особистості, які у процесі комунікації, вибудовуючи інтерсуб'єктивність, можуть послуговуватись декількома культурними кодами (культурний код ми розуміємо як метарівень, до якого належать як вербальний, так і невербальний коди). Відзначаємо, що ПДО може реалізувати себе на двох стадіях у залежності від рівня комунікативної компетенції. Перша – стадія етноцентризму, коли ПДО послуговується “своїм” кодом, а для досягнення мети комунікації використовує невербальні комунікативні компоненти здебільшого універсального характеру або окремі слова, словосполучення, прості формульні фрази із “чужого” коду. На наступній стадії – стадії етнорелятивізму – ПДО може як використовувати виключно “чужий” код (вербальні та невербальні комунікативні компоненти), так і поєднувати (за принципом гібриду), чи перемикати “чужий” код на “свій” у залежності від актуальної ситуації спілкування.

Відтак, КН (не)мовного характеру на стадії етноцентризму може бути пов'язана на рівні використання невербальних комунікативних компонентів (НВК): а) із полісемією універсальних НВК; б) із застосуванням етноспецифічних НВК; в) із застосуванням індивідуально означених НВК, які невірно тлумачаться реципієнтом. На вербальному рівні – із хибним застосуванням окремих лексем, словосполучень, формульних фраз – помилками, неточностями, обмовками як у вживанні, так й у витлумаченні, якщо ситуація комунікації розглядається зі сторони реципієнта. У функціональному аспекті мова йде про порушення постулату Способу принципу Кооперації (“висловлюйся ясно”):

1) *I left them and went back to Aymo. He had two girls on the seat with him and was sitting back in the corner and smoking. “Barto, Barto,” I said. He laughed. “Talk to them, Tenente,” he said. “I can't understand them. Hey!” He put his hand on the girl's thigh and squeezed it in a friendly way. The girl drew her shawl tight around her and pushed his hand away. “Hey!” he said. “Tell the Tenente your name and what you're doing here.” The girl looked at me*

fiercely. The other girl kept her eyes down. The girl who looked at me said something in a dialect I could not understand a word of. She was plump and dark and looked about sixteen. "Sorella?" I asked and pointed at the other girl. She nodded her head and smiled. "All right," I said and patted her knee. I felt her stiffen away when I touched her. The sister never looked up. She looked perhaps a year younger. Aymo put his hand on the elder girl's thigh and she pushed it away. He laughed at her. "Good man," he pointed at himself. "Good man," he pointed at me. "Don't you worry." The girl looked at him fiercely. The pair of them were like two wild birds (Hemingway).

При спілкуванні представників американської та італійської лінгвокультур спроби встановити контакт зазнають невдачу. Представниці італійської лінгвокультури знаходяться на етноцентричній стадії розвитку ПДО і не розуміють англійську. Реалізуючи тактику зближення, американець вдається до проксемних та кінесичних НВК, намагаючись показати свої добрі наміри (...*patted her knee*). Однак, така поведінка, порушуючи адресатно-особистий простір [3, с. 4] дівчат-італійок, наштовхується на відстороненість та агресію з боку останніх, яка виражається невербально (англієць інтерпретує проксемні та кінесичні НВК: *felt her stiffen away, never looked up, pushed it away, looked at him fiercely*). У цьому випадку на заваді досягненню мети комунікації стає недостатній розвиток комунікативної компетенції, актуальний ситуаційний контекст та соціальний статус комунікантів: дівчата, сприймаючи представників американської та італійської лінгвокультур, у першу чергу, як військових, що асоціюється у них із насиллям, сприймають спробу допомогти за спроби учинити акт насилля, що веде до комунікативної невдачі.

На стадії етнорелятивізму, коли інтенсифікується використання "чужого" коду, відповідно, розширюється спектр факторів вербального характеру, які детермінують природу КН. До проблем, що пов'язані із застосуванням окремих лексем

чи сталих фразем, додаються помилки при вживанні складних граматичних конструкцій на синтаксичному рівні. Окрім того, труднощі, які ведуть до комунікативної невдачі, представлені особливостями поєднання:

а) вербальної, невербальної та надвербальної [12, с. 33] складових:

2) *At Dover I was met off the boat by Vulk, waving a bit of card with my name on it-Irina Blazkho. <...>He was the type Mother would describe as a person of minimum culture, wearing a horrible black fake-leather jacket, like a comic-strip gangster-what a koshmarl-it creaked as he walked. All he needed was a gun. He greeted me with a grunt. "Hrr. You heff passport? Peppers?" His voice was deep and sludgy, with a nasty whiff of cigarette smoke and tooth decay (Lewycka).*

Комунікативна невдача спіткає вихідця із слов'янських країн через перше враження, яке він справляє на співрозмовницю. Це перше враження детерміноване негативно забарвленими надвербальними та невербальними комунікативними (зокрема просодичним) компонентами (*horrible black fake-leather jacket, like a comic-strip gangster-what a koshmarl – it creaked as he walked. All he needed was a gun. He greeted me with a grunt*), які, поєднуються із вербальною складовою – вимовлянням [f] замість [v] та короткого монофтонгу [e] замість дифтонгу [ei] – на фонетичному рівні, що графічно представляється автором: "heff" та "peppers" відповідно. На синтаксичному рівні – прямий порядок слів без допоміжного дієслова при запитанні, відсутність артикля перед субстантивом "passport". Таким чином, усі вищезгадані факти змушують українку дійти висновку, що її співрозмовник – неосвічена та не варта уваги людина, що становить собою комунікативну невдачу.

б) вербальної та етноспецифічної невербальної складової, що може носити стереотипічний характер, та виражатись у, по-перше, проксемічних НВК, які вербально можуть бути репрезентовані дієслівними конструкціями проксемного руху [3] –

дієсловами руху в сполученні з постпозитивами та дієсловами в комплексі з іменниками, що модифікуються прикметниками або прислівниками:

3) *Borat: I am here now with Lady Chelsea to learn how to be real gentleman. It very nice to meet you. (Borat hugs Lady Chelsea)*

Borat: How can you tell if someone is polite when you first meet them? Lady Chelsea: You don't really. Perhaps it's the way they say hello and shake your hand? (Guide to Britain).

Вітаючись, англійку обіймають (відомий комік у цьому випадку вдається до екзостереотипу про представників казахської лінгвокультури), порушуючи адресатно-особистий простір англійки, що веде до характерної реакції у відповіді на питання, як можна збагнути, чи вихована людина, при першій зустрічі. Жінка зазначає, що це можливо встановити за тим, як він чи вона вітається, натякаючи на неприпустимість обіймів за першої зустрічі.

По-друге, можливе й використання етноспецифічних кінем (жестів чи міміки, що вербально може бути репрезентовано дієсловами, які модифікуються прислівниками чи субстантивами, модифікованими прикметниками):

4) *Borat: We hope you will make... come to Kazakhstan? A deal (Colin hesitates)*

Borat: A deal? (Borat spits on his hand and then offers it to the chairman).

Colin: I hope so one day (Colin reluctantly shakes Borat's hand – Borat then proceeds to kiss him on the cheek and then give him a hearty cuddle). Borat: Chenkyeu. Colin: Thank you (Guide to Britain).

Рукостискання на знак домовленості комунікант модифікує, плюнувши на руку, що викликає у співрозмовника лише відразу. Англієць стискає простягнуту руку на знак поваги, але робить це із великим небажанням. Необхідно зазначити, що маємо справу у цьому випадку із екзостереотипними уявленнями з боку англійця-коміка відносно представників казахської лінгвокультури. Уявлення носять дещо перебільшений характер при інтенсифікації невербальної складової (*spits on*

his hand and then offers it to the chairman). Таке перебільшення через очевидну невідповідність ситуації, а відтак інконгруентність [10], носить гумористичний характер.

в) вербальної та надвербальної складової, що може носити стереотипічний характер:

5) *Borat: Is the way I dress nice? (Borat is wearing blue/grey suit, grey shirt and grey tie) Lady Chelsea: It is not a typically English way to dress. Borat: And my shoes is good? It is from the Shoe Express in Oxford Street. Lady Chelsea: Yes that's fine (Guide to Britain).*

Стереотипним у цьому випадку є надвербальний комунікативний компонент (*is wearing blue/grey suit, grey shirt and grey tie*), який актуалізується через поєднання із вербальною складовою – питальним реченням. Стереотип про стриманість британців втілюється у тому, як представник начебто казахської лінгвокультури одягнений. Вживання дієслова *to be* у формі третьої особи однини теперішнього часу не узгоджується із іменником у множині, що свідчить про недостатню сформованість комунікативної компетенції мовця. Останнє, у свою чергу, підтверджується і хибною стереотипізацією, про яку йшлося вище.

г) уживання безеквівалентної лексеми зі “свого” коду, яка незрозуміла співрозмовникові. Причиною цього явища є недостатній рівень розвитку комунікативної компетенції адресанта. Як правило, у цьому випадку мова йде про субстантив – власну назву чи загальну – на позначення предмета чи явища, професії тощо:

6) *Borat: They say, in Kazakhstan, actor / performer is like a hunter who go into wood and try to catch a (Borat pauses to remember the name of animal and realizes that it probably isn't the same name in English). A Kratouee? A Kratouee? Martin: A creature of some kind. Borat: Yes but... (Mumbles) Kratouee Martin: A wild boar? Borat: Yes but more (Borat puts his hands on his head to indicate horns). A Kratouee. Like a bigger case of... And makes a noise like neeeep. (There is an awkward pause for a few seconds). Like what you said.*

but smaller. (Again there is an awkward silence) Martin: I don't know what it could be (Guide to Britain).

Назвавши вигадану тварину, комунікант, представник начебто казахської лінгвокультури, розраховує, що її впізнає англієць. Тому не вдається розпізнати загадкову істоту, незважаючи на доволі детальний опис характерних рис істоти, що веде до комунікативної невдачі. Цікаво, що такий культурний перехід [14] можливий не лише у випадку незнання відповідника із “чужого” коду, а може бути спричинений емоційним станом, який характеризується роздратованістю, хвилюванням тощо.

Підсумовуючи викладене, відзначаємо, що, як можна побачити, за потенціалом комунікативна невдача не є виключно негативним феноменом, адже у залежності від актуального ситуативного контексту може і стимулювати комунікантів до більш інтенсифікованої взаємодії. Використання інтенсифіковано-стереотипних за характером комунікативних компонентів (як вербальних, так і невербальних) продуцентом має потенціал у плані створення гумористичного ефекту для спостерігача чи реципієнта. Вивчення особливостей використання інтенсифікованих комунікативних компонентів, а також виявлення закономірностей функціонування феномену комунікативної невдачі при реалізації кооперативної та некооперативної стратегій відносимо на перспективу дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підруч. / Ф.С. Бацевич. – Київ : Академія, 2004. – 342 с. 2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К. : ВЦ “Академія”, 2009. – 376 с. 3. Віротченко С.А. Проксемічна складова англomовного діалогічного дискурсу: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / С.А. Віротченко. – Х.: ХНУ, 2011. – 20 с. 4. Городецкий Б.Ю. К типологии коммуникативных неудач / Б.Ю. Городецкий, И.М. Кобозева, И.Г. Сабурова // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. – Новосибирск, 1985. – С. 67-68. 5. Ер-

макова О.П. К построению типологии коммуникативных неудач / О.П. Ермакова, Е.А. Земская // Русский язык в его функциональных разновидностях. Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 31. 6. Кронгауз М.А. Семантика : [учебник для вузов] / М.А. Кронгауз. – М. : Академия, 2005. – 352 с. 7. Кукушкина О.В. Основные типы речевых неудач в русских письменных текстах : монография [Электронный ресурс] / О.В. Кукушкина. – М.: МГУ, 1998. – Режим доступа : http://www.philol.msu.ru/~lex/pdfs/kukushkina_chapter2.pdf. 8. Кукушкина О.В. Речевые неудачи как продукт речемыслительной деятельности [Электронный ресурс] : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / О.В. Кукушкина. – М., 1998. – Режим доступа : http://www.philol.msu.ru/~humlang/articles/ref_oka.htm. 9. Лосева А.А. К проблеме возникновения речевых конфликтов в билингвальных группах / А.А. Лосева // Учеб.-метод. комплекс дисциплины “Язык и конфликт”; [сост. Вершинина Т.С.] – Екатеринбург, 2007. – С. 215-221. 10. Самохина В.А. Современная англоязычная шутка : монография / Виктория Афанасьевна Самохина. – Х. : Изд-во ХНУ имени В.Н. Каразина, 2008. – 355 с. 11. Славова Л.Л. Типология коммуникативных неудач (на матеріалі сучасного англійського мовлення) : монографія / Людмила Леонардівна Славова. – Житомир : Вид-во ЖДУ імені І. Франка, 2005. – 107 с. 12. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : монографія / Людмила Василівна Солощук. – Харків : Константа, 2006. – 300 с. 13. Сусов И.П. Лингвистическая прагматика / И.П. Сусов. – Винница : Нова книга, 2009. – 272 с. 14. Rampton B. Crossing: Language and Ethnicity among Adolescents / B. Rampton. – London : Longman, 1995. – 384 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Guide to Britain [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.webgeordie.co.uk/borat/guidetobritain.htm>. 2. Hemingway E. Farewell to Arms / E. Hemingway [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://englishtips.org>. 3. Lewycka M. Two Caravans / M. Lewycka [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-reading.org.ua/book.php?book=143198>.

УДК 811.111'42

ДИСТАНЦИРОВАНИЕ СУБЪЕКТА ДИСКУРСИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ РАКУРС

О.В. Суховирская (Харьков)

В статье с когнитивно-дискурсивных позиций рассматриваются типы дистанцирования говорящего в англоязычном диалогическом дискурсе. Дистанцирование определяется как разновидность отклонения от типовой модели ситуации. Уточнены принципы моделирования коммуникативной ситуации, систематизированы типы дистанцирования и выявлены его когнитивные механизмы.

Ключевые слова: дискурс, дистанцирование субъекта, когнитивный механизм, модель коммуникативной ситуации.

Суховірска О.В. Дистанціювання суб'єкта дискурсивної діяльності: когнітивно-дискурсивний ракурс. У статті з когнітивно-дискурсивних позицій розглядаються типи дистанціювання в англomовному діалогічному дискурсі. Дистанціювання визначається як різновид відхилення від типової моделі ситуації. Уточнено принципи моделювання комунікативної ситуації, систематизовано типи дистанціювання та виявлено його когнітивні механізми.

Ключові слова: дискурс, дистанціювання суб'єкта, когнітивний механізм, модель комунікативної ситуації.

Sukhovirska O.V. Distancing of the Subject of Discursive Activity: Cognitive / Discursive Approach. This article focuses on the varieties of distancing in English dialogical discourse considered in a cognitive / discursive perspective. Distancing is defined as a form of digression from the typical situation. The principles of modeling a communicative situation are specified, the types of distancing are systematized and its cognitive mechanisms are brought to light.

Key words: discourse, distancing of the subject, cognitive mechanism, model of a communicative situation.

Уже более полувека дискурсивное явление дистанцирования говорящего субъекта привлекает внимание исследователей, работающих в разных гуманитарных науках: в социальной психологии [4; 10], теории коммуникации [8]. К числу наиболее релевантных в лингвистическом плане работ по данной проблематике относятся публикации А. П. Фельдштейна и Р. Т. Крега [6], М. Винера и А. Меграбяна [8]. В данной статье дистанцирование рассматривается с позиций когнитивно-дискурсивного подхода, чем обусловлена актуальность проведенного исследования. Объектом являются языковые средства дистанцирования говорящего в англоязычном диалоге, а предметом – лежащие в основе дистанцирования когнитивные механизмы. Цель исследования состоит в выявлении лингво-когнитивных механиз-

мов дистанцирования. Источником эмпирического материала послужили 16 американских и 7 британских кинофильмов в мультимедийном формате.

Типовая коммуникативная ситуация (“по умолчанию” [7]) представляет такое положение дел, при котором коммуниканты (Я и ТЫ) сообщают наблюдаемые происходящие события, находясь в определенном месте (ЗДЕСЬ) в определенное время (СЕЙЧАС). Любые отклонения от типовой ситуации по параметру расположения говорящего субъекта в коммуникативном пространстве могут быть квалифицированы как дистанцирование. Таким образом, дистанцирование – это изменение психологического расстояния между говорящим и адресатом, говорящим и предметом сообщения, говорящим и каким-либо параметром коммуника-

© Суховирская О.В., 2013

тивной ситуации (место, время), для достижения определенного эффекта.

В теории коммуникации аналогом понятия дистанцирования является понятие вовлеченности (*immediacy*) / отстраненности (*non-immediacy*) [8]. Понятие вовлеченности / отстраненности базируется на посылке, что одно высказывание способно передать несколько сообщений [6, с. 2]. А. Меграбян трактует вовлеченность / отстраненность как варьирование, демонстрирующее различные степени отдаления коммуниканта от контекста и смысла высказывания [8, с. 3].

Адресант в большинстве случаев имеет возможность выбрать более / менее вовлеченную / отстраненную форму, поэтому основания выбора данной формы играют важную роль [8, с. 90]. Примером отстраненности может служить необычное использование указательного местоимения по отношению к настоящей ситуации (*this*→*that*, *these*→*those*), эвфемизмов (*she died*→*she passed away*), страдательного залога (*I broke the pen*→*the pen was broken*) и пр.

Понятия дистанцирования и отстраненности, несомненно, имеют точки пересечения, при этом они не являются тождественными. В теории коммуникации при рассмотрении отстраненности / вовлеченности, внимание сосредоточено на психологическом состоянии говорящего по отношению к объекту, разговору или собеседнику, иными словами отстраненность / вовлеченность является более статичным, эгоцентрическим понятием, нежели дистанцирование, которое отличается динамическим началом: если отстраненность / вовлеченность характеризует результат, то дистанцирование акцентирует процесс.

В социальной психологии смежным с дистанцированием понятием является социальная близость (*intimacy*). М. Аргайл и Дж. Дин [4] предложили модель равновесия, согласно которой у каждого человека есть оптимальный уровень социальной близости, в соответствии с которым он строит личное социальное пространство. Так, с близким человеком наши отношения более интимны, чем с друзьями, а дистанция по отношению к друзьям

ближе, чем к незнакомым людям и т.п. Если в процессе взаимодействия с другим индивидом уровень социальной близости становится слишком высоким, происходит нарушение равновесия, которое может быть восстановлено с помощью, так называемого компенсаторного поведения (например, можно отодвинуться дальше от собеседника и т.д.).

Степень социальной близости определяется следующими факторами: зрительным контактом, физической близостью, числом улыбок и т.д. Сопоставив понятия вовлеченности / отстраненности и социальной близости, М. Данчак предложил следующую интегральную модель: уровень социальной близости обладает своего рода пропускной способностью, которая, с одной стороны, регулирует степень отстраненности / вовлеченности (*immediacy behavior*), с другой – компенсируется ею [5, с. 6].

В нашем исследовании употребляем термин “дистанцирование”, чтобы избежать интерференции с соответствующими понятиями теории коммуникации и психологии.

В лингвистически ориентированных исследованиях, предметом которых являются ситуации асинхронной художественной коммуникации, где адресантом является автор, а адресатом – читатель, используется термин “интимизация”, содержание которого в некотором роде является созвучным содержанию понятия дистанцирования. А.Л. Паллийчук рассматривает интимизацию как коммуникативную стратегию, которая является линией речевого поведения, избранной на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленной на достижение эффекта прямого, непосредственного, дружественного и условно синхронного общения с читателем [2, с. 17]. Являясь понятием более широким, нежели дистанцирование, интимизация реализуется в коммуникативном пространстве “автор – читатель”, воплощаясь в системе продуманных адресантом поэтапных речевых действий [там же]. Сокращение нарративной дистанции между автором и читателем не является предметом нашего внимания: мы ограничиваемся

в исследовании дистанцирования диалогической речью, принимая во внимание лишь такой тип субъекта, как говорящий.

При рассмотрении с когнитивных позиций коммуникация предстает как согласование взглядов коммуникантов на мир путем обмена сообщениями. Образно говоря, это создание “объектива”, через который коммуниканты вместе смотрят на некий фрагмент действительности [7, с. 144]. То, что попадает в фокус внимания становится референтной ситуацией, а то, что находится вне объектива – коммуникативной.

Коммуникативная ситуация определяется тем, что адресант (Я) и адресат (Ты) находятся в определенном месте (ЗДЕСЬ) и (СЕЙЧАС) и связаны коммуникативными отношениями, то есть, обмениваются сообщениями [3, с. 78]. Следовательно, можно выделить три “измерения” дистанцирования говорящего:

(а) в темпорально-пространственное дистанцирование (я • ЗДЕСЬ → ТАМ) / (я • СЕЙЧАС → ТОГДА / ПОТОМ) [3; 8] (как правило, дистанцированию в физическом пространстве сопутствует дистанцирование во времени);

(б) дистанцирование от предмета сообщения;

(в) в гипотетическом пространстве / в ином “возможном мире” (я • в РЕАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ → в ВОЗМОЖНОЙ СИТУАЦИИ) [3;10].

Проиллюстрируем эти разновидности дистанцирования субъекта дискурсивной деятельности.

а) темпорально-пространственное дистанцирование

(1) [a] TED: *Hey, where are you?*

[b] FRANKIE: *I ran into a situation. I'm dealing with it now.*

[c] TED: *What kind of situation?*

[d] FRANKIE: *Can't talk now. I'll call you later* (5, с. 93).

В этом примере продуцент реплики [d] Ted сообщает, что он не может рассказать о деталях ситуации в тот момент, когда происходит разговор (СЕЙЧАС), и тем самым предполагает, что не может разговаривать по телефону (ЗДЕСЬ).

(2) [a] LIGHTMAN: *Were you having an affair with Jack Garcia?*

[b] MRS AMBROSE: *How dare you accuse me of having an affair in front of my son?*

[c] LIGHTMAN: *Yeah, you are avoiding the question. Are you having an affair with Jack Garcia?*

[d] MRS AMBROSE: *I am getting my son and I'm going* (1, 16).

Продуцент реплики [b] миссис Амброуз ни в коей мере не хочет признавать свою вину и поэтому она дистанцируется во временном пространстве [b], задавая встречный вопрос и тем самым уходит от ответа, одновременно дистанцируясь и в физическом пространстве [d], покидая место коммуникации.

б) дистанцирование от предмета сообщения

(3) [a] LIGHTMAN: *What is that?*

[b] FOSTER: *Chocolate pudding.*

[c] LIGHTMAN: *Who eats pudding at 10:00 in the morning?*

[d] FOSTER: *People who like pudding* (2, 5).

Продуцент реплики [c] Лайтмен задавая вопрос *who eats pudding at 10:00 in the morning?* отображает действительность достаточно детально согласно своим коммуникативным целям, предполагая четкий ответ: например, *I do*, в то время как продуцент реплики [d] Фостер распространяет предметную ситуацию на всех, кто любит пудинг (я → люди/PEOPLE). С увеличением степени абстрактности денотата увеличивается расстояние между агентом коммуникации и её предметом.

(4) [a] FOSTER: *Have you ever engaged the services of the prostitution?*

[b] WEIL: *I am certainly not going to dignify that with an answer* (2, 24).

Конгрессмена Вейла подозревают в порочных связях. Джилиан Фостер, эксперт по лжи и психолог, пытается узнать правду до того как это скандал примет всеобщую огласку. Конгрессмен Вейл скрывает, что он встречался с этой девушкой, потому что она его внебрачная дочь. Используя язык дистанцирования, а именно указательное местоиме-

ние *that*, он дистанцирует себя от предмета коммуникации и тем самым избегает ответа.

в) дистанцирование в гипотетическом пространстве

(5) [a] *LIGHTMAN: How many times in the last 3 months did you manipulate his confidence in the guise of being his friend?*

[b] *WELLS: I wouldn't manipulate Jake.*

[c] *LIGHTMAN: Whoa. Excellent. That's righteous indignation. It's also total nonsense* (3, 11).

Продуцент реплики [a] Лайтмен задает вопрос *how many times in the last 3 months* <...>, который требует конкретного ответа, на что Уеллс отвечает, что он бы не манипулировал Джейком и переносит ситуацию в другой возможный мир (*I wouldn't*), тем самым дистанцируясь в гипотетическом пространстве.

(6) [a] *LIGHTMAN: Why are you here?*

[b] *LANDAU: You have such a gift for a small talk. Really, you should have just gone into the hospitality businesses* (1, 2).

Миссис Ландау, бывшая жена Лайтмена, пришла к нему по деловому вопросу. Лайтмен, не поздоровавшись с ней, сразу решил узнать о цели ее визита. Миссис Ландау делает ему замечание в форме комплимента (*to have a gift for a small talk* – обладать талантом ведения светских разговоров). Она намекает, что ему следовало бы сменить сферу деятельности на гостиничный бизнес, используя модальную конструкцию *should have + Participle II* и этим превращает ситуацию из реальной в возможную.

Все три измерения дистанцирования определенным образом связаны между собой. К примеру, если мы говорим об отдаленном в физическом пространстве предмете, то возникает образ, отдаленный во времени (сейчас → тогда / потом) и скорее всего речь пойдет о менее вероятных вещах (в реальной ситуации → в возможной ситуации). Проанализируем следующий пример.

(7) [a] *Once upon a time _____ lived a King and Queen who had no children* (4, с.1).

Очевидным вариантом заполнения пробела будет *there*, а не *here*. Данный пример отображает

не только литературную конвенцию, но и также определенную тенденцию нашего мышления. Одним из объяснений этой взаимосвязи является то, что время концептуализируется путем обращения к пространственному опыту человека. Во всех языках, исследованных на данный момент, метафоры пространства (*spatial metaphors*) используются для передачи времени [9, с. 401].

Тот факт, что конкретная ситуация может быть сконструирована альтернативными способами, не требует глубокого обоснования с точки зрения когнитивной лингвистики. Более важным является то, что язык предоставляет нам средства (как вербальные, так и невербальные) для выражения различных видов конструирования и дистанцирования. В английском диалогическом дискурсе было выделено три измерения дистанцирования: темпорально-пространственное дистанцирование, дистанцирование от предмета сообщения, дистанцирование в гипотетическом пространстве. Показано, что все измерения взаимосвязаны, и в каждом конкретном случае это проявляется с различной степенью интенсивности. Перспективы исследования лежат в выявлении и систематизации средств дистанцирования в английском языке и уточнении особенностей действия соответствующих когнитивных механизмов конструирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кубрякова Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
2. Палийчук А.Л. Коммуникативные тактики интимизации в англоязычном художественном дискурсе (на материале коротких рассказов) / А.Л. Палийчук // Вестник Харьков. нац. ун-та имени В.Н. Каразина. – 2012. – № 1002. – С. 15–21.
3. Морозова О.І. Когнітивні моделі ситуації в лінгвістичних студіях / О.І. Морозова // Нова філологія : зб. наук. пр. – Запоріжжя : Вид-во Запоріж. нац. ун-ту, 2010. – Вип. 41. – С. 75–84.
4. Argyle M. Eye contact, distance and affiliation / M. Albert, J. Dean // *Sociometry*. – 1965. – No 28 – P. 289–304.
5. Danchak M.M. Presence in mediated instruction: Bandwidth, behavior, and expectancy violations : (paper presented at the 7th Annual

Sloan-C international Conference on Online Learning., Orlando, FL) [electronic resource] / M.M. Danchak, J.B. Walther, K.P. Swan. – 2001. – 12 p. – retrieved from : <http://130.203.133.150/viewdoc/summary?doi=10.1.1.202.9927>. 6. Feldstein A.P. Linguistic Non-Immediacy: Effects of Attitude, Cognitive Orientation, and Boundary Condition / A.P. Feldstein, R.T. Craig. – Paper presented at the Annual Meeting of the Speech Communication Association N.Y., November 13–16, 1980. – 37 p. 7. Langacker R.W. Cognitive Grammar: A Basic Introduction / R.W. Langacker. – Oxford : Oxford, 2008. – 567 p. 8. Mehrabian A. Silent Messages / A. Mehrabian. – USA : Wadsworth, 1971. – 152 p. 9. Nunez R. With the Future Behind Them: Convergent Evidence From Aymara Language and Gesture in the Crosslinguistic Comparison of Spatial Construals of Time / R.E. Nunez, E. Sweetser // Cognitive science. – 2006. – № 30. – P. 401–450. 10. Trope Y. Construal-Level Theory of Psychological Distance / Y. Trope, N. Liberman // Psychological Review. – 2010. – No 117(2). – P. 440–463. 11. Wiener M.

Language within language: Immediacy, a Channel in Verbal Communication / M. Wiener, A. Mehrabian. – N.Y.: Appleton-Century-Crofts, 1968. – 214 p.

ИСТОЧНИКИ

ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Bar-Din I. Lie to Me. Season 1. The Better Half [electronic resource] / I. Bar-Din, Josh Singer // [Directed by K. Gaviola]. – Los Angeles, CA: 20th Century Fox, 2009. – 4 DVD-disks. – 6,9 GB. 2. Baum S. Lie To Me. Season 1. Pilot [electronic resource] / S. Baum // [Directed by S. Baum]. – Los Angeles, CA: 20th Century Fox, 2009. – 4 DVD-disks. – 6,9 GB. 3. Fain S. Lie to Me. Season 2. Fold Equity [electronic resource] / S. Fain, E. Craft // [Directed by E. Keene]. – Los Angeles, CA: 20th Century Fox, 2010. – 6 DVD-disks. – 6,9 GB. 4. Grimm Brothers Sleeping Beauty / Brothers Grimm. – London : Tango Books, 2012. – 14 p. 5. Grace A. Deadly Offerings / A. Grace. – USA : CreateSpace, 2012. – 157 p.

ЛЕКСИКОЛОГІЯ

УДК 81'373.611

**ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ОБРАЗНОГО КОМПОНЕНТА КОМПОЗИТІВ
В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСИВНОМУ ПРОСТОРИ**

Л.Ф. Омельченко, докт. філол. наук (Київ)

Л.Ф. Соловійова, канд. філол. наук (Житомир)

У статті висвітлюються деякі аспекти функціонування англійських композитів з вербально репрезентованим образним компонентом. Поліфонічна семантична й емоційна структура композитів сприяє створенню численних лексем вторинної номінації з позитивною або негативною конотацією. Особливо слід відзначити той факт, що вербалізація образності виявляється в результаті метафори, метонімії та полісемії. Актуалізація образного словоскладання заслуговує подальшого дослідження з позицій дискурсивного потенціалу.

Ключові слова: вербалізація образного компонента, вторинна номінація, дискурсивний простір, метафора, метонімія, полісемія, поліфонічна семантична й емоційна структура.

Омельченко Л.Ф., Соловьёва Л.Ф. Вербализация образного компонента композитов в англоязычном дискурсивном пространстве. В статье освещаются некоторые аспекты функционирования английских композитов с вербально репрезентированным образным компонентом. Полифоническая семантическая и эмоциональная структура композитов способствует созданию многочисленных лексем вторичной номинации с позитивной или негативной коннотацией. Особенно следует отметить тот факт, что вербализация образности выявляется в результате метафоры, метонимии и полисемии. Актуализация образного словосложения заслуживает дальнейшего исследования с позиций дискурсивного потенциала.

Ключевые слова: вербализация образного компонента, вторичная номинация, дискурсивное пространство, метафора, метонимия, полисемия, полифоническая семантическая и эмоциональная структура.

Omelchenko L.F., Solovyova L.F. Verbalization of Figurative Compound Component in the English Language Discourse Space. The article highlights some aspects of functioning English compounds with verbally represented figurative component. The polyphonic semantic and emotional structure of compounds under consideration fosters constructing numerous lexemes of secondary nomination bearing positive or negative connotation. It is worthy of especial note that verbalization of figurativeness is revealed due to metaphor, metonymy and polysemy. Manifestation of figurative compounding leaves room for further research of its discourse potential.

Key words: secondary nomination, discourse space, metaphor, metonymy, polysemy, polyphonic semantic and emotional structure, verbalization of figurative component.

Будучи постійним джерелом поповнення й збагачення словникового складу англійської мови образні структурно-складні одиниці відносяться до найменш дослідженої групи лексем, в той час як вони функціонують у різних сферах спілкування, що свідчить про їх високу продуктивність і комунікативно-прагматичну релевантність. Об'єктом дослідження є образний компонент англійської композитної номінації, а його предметом виступають

лінгвальні засоби об'єктивації образного компонента композитних одиниць. Мета дослідження полягає у виявленні особливостей актуалізації аксіологічно-маркованих композитів. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю більш глибокого дослідження недостатньо висвітленого в англістиці конотативного аспекту функціонування структурно-складних одиниць в системі композитології сучасної англійської мови.

© Омельченко Л.Ф., Соловійова Л.Ф., 2013

Соціолінгвістичний і прагмастилістичний аналіз указанного корпусу композитних номінантів найбільш плідно можна провести у межах такого напрямку, як стилістична композитологія. Складне слово посідає особливе місце в ієрархії лінгвістичних одиниць. Тому воно має бути описане в особливому циклі лінгвістичних дисциплін – у вченні про складне слово, або композитології, як справедливо зазначає О.Д. Мешков [13, с.16]. Композита – це поліфункціональна синхронно-релевантна узуальна або okazіональна одиниця (прямої або непрямої) номінації, різновид деривата, утвореного за стандартною моделлю (з двох або більш кореневих морфем), за аналогією, а також шляхом універбації, компресії (семантичної конденсації) синтаксичного словосполучення або речення.

Наприклад: *hug-me-tight* – в'язана кофтинка, що обтягує (часто без рукавів); *stick-to-it-ive* (=stick-at-it-ive) амер. розм. наполегливий, настирний, невідв'язний; *think-tanker* “голова”, учасник мозкового центру (від think-tank розм. “мозковий центр”, колектив вчених, науково-дослідницький інститут і т.п.; комісія вчених для розробки будь-якої проблеми (часто створена урядом); *pick-me-up* розм. 1) збуджуючий засіб; збуджуючий алкогольний напій; 2) перен. підтримка; *moonshiner* амер. розм. 1) самогонник, контрабандист, який ввозить спирт; *headhunt* розм. підбирати високо кваліфікаційні кадри; *wallflower* (“стінна” квітка) дівчина, яку не запрошують на танок; *to sky-rocket* – 1) спрямовуватися вгору, злітати, як ракета; 2) стрімко підніматися, швидко рости (про ціни і т.д.). This scheme to destroy the hard-won gains of workers has been put forward in the name of “austerity and saving the industry” “while corporate profits continue to *sky-rocket*” (“Daily Worker”, March, 30, 1978, p. 1).

Англійська мова протягом усього її розвитку характеризувалася наявністю композитного способу творення слів, вага якого продовжує зростати, і на сьогодні композити становлять найвагоміший пласт неологізмів 34,3% [8, с. 6]: *dead-cat bounce* noun, informal, a deceptive temporary recovery of sharp prices in a stock market whose price-level is generally low. “A gruesomely graphic phrase that

originated on Wall Street. It suggests that even a dead cat will bounce up from the ground if dropped from a sufficient height” [22]; *glass ceiling* n (1984) an unofficial or *unacknowledged barrier to personal advancement, especially of a woman or a member of an ethnic minority in employment. Originally US 1984 Adweek: Women have reached a certain point. – I call it the glass ceiling. They are in the top of middle management and they are stopping and getting stuck* [там само]; *Feminist grand panjandrum*s like Gloria Steinem have leapt back into the arena, while younger women have seized the feminist banner to proclaim Hillary the messianic Wonder Woman, destined to smash the *glass ceiling* of the presidency. (*The Sunday Telegraph*, April, 20, 2008, P.21).

У цілому необхідно констатувати, що для характеристики значення слова необхідна певна фонові інформація, яку можна розглядати як структуру загальноприйнятих і в певній мірі узагальнених знань, яка входить в загальну систему культурно значущого досвіду і думок носіїв даної мови [2, с. 57]: *apple-polish* підлабузнюватися, догоджати, плазувати (дієслово походить із шкільного жаргону, коли “підлабузники”, перед тим як подати яблуко вчителю, його ретельно витирали на очах у вчителя, таким чином бажаючи його догодити).

Будучи категорією семантичною, фон у той же час характеризує учасників комунікації, від нього залежить вибір мовних засобів і вплив мовленнєвого висловлення на адресата [20, с. 86].

Неповна інформованість читача про історію, культуру, реалії, міфи, звичаї, традиції іншого етносу приводить до утворення комунікативного шуму, що являє собою перешкоди, які знижують ефективність комунікації і можуть привести до її припинення (комунікативного цейтноту) [18]: *baglady* n (1972) a homeless woman, often elderly, who carries her possessions in shopping bags. Originally US, but as the homeless began to appear in greater numbers on the streets of British cities in the 1980s the term became familiar on the eastern side of the Atlantic; *tree hugger* n (1977) someone who cares for trees or for the environment in general. Originally

and mainly US, used as a term of patronizing contempt for environmentalists. The underlying idea is of someone who adopts a position embracing a tree to prevent it from being chopped down; it apparently had its genesis in 1973 when villagers in Uttar Pradesh, India, staged a campaign of this sort. 1995 *Mother Earth News: Perhaps, in time, history will give us a proper title like Enlightenment or Romantics /about all I hear these days in Tree-Hugger and Environmentalist Wacko [22].*

Широке залучення фонових знань та екстралінгвальних факторів – ситуацій породження і сприйняття тексту, комунікативної та прагматичної установки автора, фактора адресата, лінгвокультурними та етнокультурними традиціями, співвіднесення письменником створеної у тексті моделі світу з самим світом – тісно пов'язано з дослідженням експресивно-емоційного потенціалу та стилістичних функцій субстантивних “бахуврихі” – антропосем. При цьому слід підкреслити, що образні стилістично марковані композити-бахуврихі формуються у сфері експресивного просторіччя та сленгу, відмінними рисами яких є експресивність та етико-стилістична заниженість, а негативна емотивна тональність просторічних складних сленгізмів та жаргонізмів типу бахуврихі досягається не за рахунок ламання структурних норм, а внаслідок ускладнення словотворчого акту метафоричними або метонімічними переносами значення основ, що сполучаються. Наприклад: *dogface* – амер. розм. 1. піхотинець, піхота; 2. 1) рекрут, новобранець; 2) солдат, рядовий; 3) солдат, що доганяє свою колону; *wet-back* – амер. жарг. “мокра спина”, нелегальний імігрант з Мексики (який переплив р. Ріо-Гранде); *acid-head* – наркоман, який вживає ЛСД; *pot-head* – жарг. наркоман, який курить маріуану; *hashhead* – наркоман; *pill-head* – розм. людина, яка зловживає снодійними таблетками. Адекватне сприйняття фонових емотивно-маркованих композитних номінацій усунування “комунікативного шуму” реалізуються завдяки високому рівню лінгвістичної, культурно-країнознавчої й комунікативної компетенції.

Семантико-емоціональна поліфонія композит

створює широкі можливості для передавання суб'єктивної оцінки, зумовлює видозмінення емоціональної забарвленості лексем і різноманітні форми їх емоціонально-експресивних (позитивних або, в більшості випадків, негативних) конотацій: *skinflint* скнара, шкуродер; *fill-belly* ненажера; *hijacker* амер. розм. “бандит”, “грабіжник, який нападає на автомобілі й т. ін.”; *baby-kisser* – кандидат, який балотується на виборах; *beetle-crusher* – 1. військ. жарг. піхотинець; 2. жарг. поліцейський; 3. жарг. ножища; *bench-warmer* спорт. “запасний гравець” (який рідко грає); *cradle-robber* людина похилого віку, яка одружується на молодій жінці або залицяється до неї; *baby-snatcher* 1. “викрадач дітей”; 2. жарт. “викрадачка малюка” (про стару жінку, яка одружила на собі молодого); *golden-ager* – людина у зрілому віці, на пенсії; *kiss-me-quick* – маленька дамська шляпка, локон біля скроні; *fatcat* отримати або намагатись отримати особливі привілеї; *gate-crash* розм. 1.1) “приходити без запрошення”; 2) “проходити без квитка”, “зайцем”; 2. проникати на зовнішній ринок; *moth-ball* – розм. ставити на консервування (пор. *moth-ball* нафталінова або камфорна кулька від моли) / British Coal's announcement that the 420-job pit will be “*mothballed*” has met with fury from the local community (“Morning Star”, 1986, Aug. 13, p.1)/.

За думкою В.М. Телія, система образів, закріплених в мові, слугує свого роду “нішею” для кумуляції світобачення і так або інакше зв'язана з матеріальною, соціальною або духовною культурою даної мовної спільноти, а тому може свідчити про її культурно-національний досвід і традиції [19, с. 15].

Багаточисленні експресивно-відмічені вкраплення дійсно свідчать про експансію мовної сфери використання в галузь різних функціональних стилів: *egg-head* – часто ірон. інтелектуал, ерудит; *dough-head* – амер. розм. дурна голова, дурак; *hen-peck* – тримати чоловіка під каблуком; *free-load* – випити і закусити за чужий рахунок; *gold-dig* – вимагати гроші (подарунки і т.ін.); *wet-head* (= *wet-nose*) амер. жарт. 1. зелений юнак; 2. селяк, бевзень; *wildcat* – 1. дика кішка, 2.1) ризикований, фантастичний; 2) ам. з-д. потяг, що не йде за розкла-

дом; *black-mouth* наклепник; *shuttle cock* нестійка людина; *rat face* хитрун; “*butter-fingers*” “руки-крюки”; *lack all* знедолена людина; *grab all* хапуга; *pea-souper* густий жовтий туман; *clock-watcher* людина, яка працює з лінню; *go-getter* ділок, пробивна людина; *widow-maker* небезпечна справа; *cliff-hanger* подія або змагання, з непередбачуваним результатом; *cave-dweller* хам, “дикун”; *blackwash* обмовляти; *backbite* злословити.

Як одиниці вторинної номінації жаргонізми – найбільш благодатна галузь самовираження того, хто говорить, це перш за все слова, в яких експресивний початок домінує над номінативним, конотація – над денотацією [1, с. 122]. Жаргонізмам притаманна стилістично-знижена тональність і яскраво виражена негативна конотація: *squarehead* амер. жарг. 1. бовдур, йолоп, 2. лайливе прізвисько німця або скандинавця; *widow-maker* жарг. “небезпечна справа”, “труна” (несправний станок, нависаюче дерево і т. ін.); “дещо загрозливе для життя” (море і т. ін.); *rat-face* – амер. жарг. хитрун, продувна бестія; *red-eye* – амер. жарг. самогон, гострий томатний соус; *bone-head* – амер. жарг. дурень, тупиця, бовдур (cf. *bone-headed*, *bone-headedness*).

У досліджуваному корпусі образних композитних одиниць привертає увагу явище полісемії. Будучи мовною універсалією, явище полісемії відображає процеси узагальненої людської діяльності [3, с. 17]. Проте сьогодні полісемія, під якою традиційно розуміють здатність слова мати два або більше пов’язаних між собою значень слова [12, с. 17], трактується чимраз громіздкіше й складніше: то як “результат зсуву інформаційного фокусу з одного конституента фреймової моделі на інший” [4], або ж як “семантичний зсув імплікації (метонімія) і симіляції (метафора) в структурі лексемних значень” [11, с. 2]: *poor-mouth* – амер. 1) прибіднятися, жалітися на бідність; 2) клянчити, канючити, 2. зменшувати; *to poor-mouth a candidate’s chances* – занижувати (недооцінювати) кандидата на перемогу; *buttonhole* 1. обкидати петлі; 2. розм. затримувати когось для стомливих та нудних звірень почуттів (*button-hole n* пет-

ля, петлиця). He *buttonholed* people in the street and related details of his child’s miraculous progress (M. Mitchel). Lionel, standing right at the door, *buttonholed* him (H. Wonk). Mahan said he spent his time *buttonholing* Congressmen to change the law (“Daily World”, 1971, July 10); *pigeon-hole* 1. розкладати папери по шухлядках, відділеннях; 2. перен. класти під сукно, відкладати у довгий ящик; *his plan was pigeon-holed* його план поклали під сукно; 3. класифікувати, *to pigeon-hole facts* класифікувати факти; *high-hat* амер. розм. не рахуватися, зневажати будь-чисю думкою; ігнорувати кого-небудь, третирувати (*high-hat n* амер. 1. циліндр, 2. розм. важлива персона, “шишка”; 3. розм. пихата людина); *sandbag* 1. захистити, “закласти мішками з піском”; 2. 1) оглушити ударом мішка з піском; 2) амер. розм. заставляти, примушувати; 3) *to sandbag a proposal* амер. жарг. провалити пропозицію, навалюватися, накинутися на декого; *redcap* 1. 1) “червона шапка” (про людину); 2) амер. носій; 3) жарг. військовий поліцейський; 2. “червоний ковпак” (про гнома, ельфа); 3. заст. кардинал (пор. *red-hat* 1) червона шапка (особ. кардинала); 2) перен. кардинал; 2. військ. жарг. штабний офіцер, штабіст; *brass hat* військ. сленг високий чин; жарг. 1. військ. начальство, старший офіцер; штабний офіцер; 2. pl. начальство, керівництво; *skinhead* – 1. коротко обстрижений юнак або хлопчик, молода людина зі стрижкою “їжачок”, 2. лиса (людина), 3. новобранець із морської піхоти, 4. “бригоголовий” учасник вуличної банди хуліганів (кінець 60-70 років XX ст.) [6]. The *skinheads* gathered at a pub and marched down Woolwich High Street carrying weapons and shouting “Sieg Heil, with fists raised” (“Morning Star”, 1981, Jan. 28). Ср.: На *скинхедов* устроили облаву (“Сегодня”, 22.02. 2008, с. 9).

В явищі полісемії проявляються два основних принципи: економії мовних зусиль і ергономічний принцип – економії інтелектуальних зусиль (А.Д. Белова). На асоціативному уподібненні концептів, їх співположенні та евокативності (здатності викликати більшу кількість асоціацій) заснована різновидність змістової зв’язності – асоціативна,

що використовується при метафорі: *moss-back* амер. розм. житель півдня, що переховується від служби в армії (під час громадянської війни в Америці); розм. 1) старомодна людина; 2) крайній консерватор, ретроград.

Зневажливий, пейоративний відтінок значення бахуврихі, що відноситься до опису зовнішнього вигляду, окремих рис характеру або поведінки людини, що обумовлений, на думку Г. Марчанда, впливом експресивно окрашених стилістично знижених утворень типу *pickpocket*, а реалізація потенціальних сем негативної суб'єктивно-емоційної оцінки та підвищена саркастична або жартівливо-іронічна експресивна тональність є характерними рисами усіх екзоцентричних утворень [23, р. 44]. Г. Марчанд наводить численні приклади екзоцентричних субстантивних композит типу “*wetnose*” (“an experienced person”), *whitewash* (“a soldier”), *wooly-head* (“Negro, also ‘abolitionist’”), *egghead* (“intellectual”) [там само, р. 41-46]: *blackshirt* чорнорубашечник, фашист; *brownshirt* коричневорубашечник, фашист, гітлеровець; *bluebottle* 1. бот. волошка (синя); 2. трупна муха; 3. розм. “синій мундир”, поліцейський.

Варто відзначити, що майже постійно найважливішими властивостями субстантивних композит-бахуврихи є емоційно-негативне відношення до референта, грубовато-цинічна або груба експресивність, презирливо-зневажлива та жартівлива образність (*bigwig* ірон. важлива персона, “шишка”; *highbrow* 1. людина, що претендує на інтелектуальність, на витонченість смаку, “аристократ розуму”, “інтелектуал”; 2. далекий від життя вечний, інтелігент; *lowbrow* розм. людина, що не претендує на високий інтелектуальний рівень; людина з примітивними смаками в літературі, музиці, мистецтві; *middlebrow* 1. людина середнього інтелекту; обиватель; 2. прихильник традиційних представлень про мистецтво, культуру і т.д.; людина з відсталими смаками [6].

Емотивно-оцінний та соціально-мовний характер композит-ідіом є причиною виникнення у сучасній англійській мові все нових і нових одиниць даного типу, що свідчить про їх комунікативну

релевантність і функціонально-семантичний потенціал.

Особливо важливу роль при осмисленні семантичної структури фразеологічної образної композити відіграє енциклопедична інформація. Вона залежить від фонових знань читача, від його соціального, культурного, освітнього статусу, від того, що прийнято називати тезаурусом. Тезаурус читача визначає ті асоціативні ряди, які створює те чи інше сполучення слова в його свідомості [21, с. 14].

Л.П. Крисін із цього приводу зазначає: “Певні соціальні (у широкому розумінні цього слова) складові виявляються у навику володіння мовою”. Опріч власне лінгвістичного компоненту (тобто, приблизно говорячи, знання словника та граматики даної мови, що являє собою основу володіння мовою, необхідно виділяти національно-культурний, енциклопедичний і ситуативний, котрі у сукупності забезпечують нормальне, прийняте у певному соціумі використання мови за різноманітних умов та ситуацій людського спілкування [10, с. 174].

Заслужують на увагу жартівливо-іронічні образні композити-конотати типу *wrap-rascal* і *rubber-neck*. Гумористична комунікація підпорядковується стилістичному принципу порушення стандартних норм та експлікації оцінки [17, с. 39]. *Wrap-rascal*. A humorous term of great interest is *wrap-rascal*. It is defined by the Century Dictionary as ‘a loose greatcoat worn by people of elegance about 1740, in supposed imitation of the coarse coats of the poorer people; hence, any surtout or long outer garment [24, р. 11-12]. *to rubberneck* (з цікавістю розглядати (визначні пам’ятки), витріщатися (на вуличну пригоду) *To rubberneck* when it was launched by George Ade in 1896 made a very painful impression upon the delicate, but by 1929 Professor T. Y. Greig, the Scottish philologist, was hailing it as one of the best words ever coined (H.I. Mencken); *rubberneck* n амер. розм. роззява, цікава людина (особл. про туриста); *a rubberneck car* автомобіль для туристів. And what made it worse, there were a least a couple of hundred *rubbernecks* that didn’t have anything better to do than stand around and watch everybody falling all over themselves (G. D. Salinger).

Опинившись в стилістично “чужому” контексті літературно-письмової мови, слово фамільярного, розмовного забарвлення загострює на собі увагу, створює комічний ефект своєю так би “недоречністю”, викликаючи своєю присутністю зниження лексики, що поєднується з ним. Однослівна ідіома типу *rubbernecking* (*rubberneck*) визначається О.М. Мосейчуком як одиниця лексичного рівня (одно- або багатослівна), що характеризується структурно-семантичною ціліснооформленістю, узуальною стійкістю, переосмисленим значенням, образністю, експресивністю, емотивною оцінністю і є продуктом креативної рефлексивно-номінативної діяльності носіїв мови, яка направлена на посилення регулятивного потенціалу мовного знаку шляхом вторинної номінації [14].

Серед лексем, що отримали статус стійких одиниць, значне місце займають утворення, що відносяться до “газетизмів” та являють собою своєрідні конденсати вільних та стійких словосполучень, ідіоматичних виразів та фразеологічних зворотів. Приклади: *eavesdrop* в підслуховувати (тж. за допомогою мікрофонів); *eavesdropping* n 1) підслуховування; *electronic eavesdropping* амер. стеження за допомогою мікрофонів та звукозапису; 2) перехват телефонних розмов. After the disclosure that Bush had authorized the National Security Agency to *eavesdrop* on Americans’ international phone calls and e-mail messages without a court warrant, Congress has been struggling to write a law... (“International Herald Tribune”, Dec 15-16, 2007, p. 4).

Метасеміотичний аспект газетного тексту не завжди є необхідною властивістю для його існування, тому засоби емоційного впливу небагато численні. В публіцистичній, як і в науковій, літературі авторська суб’єктивна оцінка виражається шаблонними мовленнєвими засобами, що призводить до виникнення тенденції, яка полягає в наступному: з однієї сторони, з’являється трафарет, обов’язковий для позначення емоційної оцінки; з іншої сторони, ця трафаретність вбиває цей елемент емоційного, який характеризує суб’єктивну оцінку як таку. Іншими словами, в газетно-публіцистичному стилі відбувається процес баналізації

емоційних конструкцій. Головною особливістю газетно-публіцистичного стилю, що виділяє його серед інших функціональних стилів, є соціальна оціночність мовних засобів.

Наприклад: *muck-raker* – той, хто зосереджено розслідує, викриває (в друзі) темні махінації чиновників та політиканів; “той, хто розгрібає багнюку”, любитель сенсаційних викриттів (особливо про журналістів) (A *muckraker* has grace and cunning (“Morning Star”, 1979, Sept. 15); *pipe-layer* 1. трубоукладач; 2. амер. той, хто займається політичними махінаціями, інтригами; *handshaker* презирл. “рукопотискувач”; людина, що заробляє популярність спілкуванням з широкою публікою (перев. про політикана); *hard-liner* політ. прихильник “жорсткої” лінії або політики; противник згоди, компромісів (His speech will further stoke the cold war propaganda being deployed by NATO hard-liners (“Morning Star”, 1979, Oct. 1).

При передачі емоційно-оціночних моментів часто виявляється недостатність системи виразних засобів книжного мовлення та виникає необхідність запозичення лексико-фразеологічних одиниць з багатой емоційно-експресивними елементами живого мовлення: *browbeat* залякувати, відлякувати (Mark refused to be browbeaten (“Morning Star”, 1973, Jan. 26). This movement of support is vital if the TUC leaders are to be made to understand that their efforts to browbeat the seamen into submission will not be tolerated (“Morning Star”, 1976, Sept. 15)); *logroll* амер. 1) надавати взаємні послуги (в політиці); 2) взаємно вихвалити (в друзі); *witch-hunt* політ. “полювати за відьмами”, переслідувати прогресивних діячів (As was their friend Lillian Hellman, Dorothy Parker and her husband Alan Campbell were witch-hunted by McCarty and the House American Activities Committee (“Morning Star”, 1982, June 12)); *red-bait* амер. переслідувати прогресивні елементи, полювати за “червоними” (As a result of its stand, the NMPC was red-baited by some elements in the community (“Daily World”, 1982, Aug. 5).

Слова-образи, що виступають для носіїв мови як еталони, є національно маркованими знаками. Лише звернення до історичних, культурних та фоль-

кльорних джерел може пояснити природу асоціацій та конотацій, що пов'язані у свідомості мовців з даними словами. Вибір еталона для порівняння в різних мовах в більшості випадків не збігається [16, с. 217].

Метафоризація, композитний словотвір та їх поєднання посідає надзвичайно важливе місце у мовному субстандарті з притаманною йому свободою у виборі засобів номінації та прагненням максимально впливати на співрозмовника за рахунок створення яскравих образів [5, с. 277].

Образний компонент щільно переплітається з емоційним, оцінним, експресивним та стилістичним компонентами конотації і характеризується параметром семантичної двоплановості, параметром адресованості другій або третій особі, антропоцентричним, соціокультурним, аксіологічним, психолінгвістичним, культурологічним та семіологічним когнітивними параметрами [15, с. 1]. Наприклад: *rosebud* «бутон троянди» – a pretty young woman' вродлива молода жінка [там само, с. 6]; *thunderbolt* «удар блискавки» – fig. a person noted for violent or destructive action' перен. людина видатна своєю сильною або руйнівною дією [там само, с. 10]. Пор.: 1. *cheese-cake* 1. творожний пудинг; солодка ватрушка; 2. амер. жарг. 1) напівроздягнена красуня; 2) оголені ніжки; 3) спокусливе фото (в журналах і т. п.). Пор.: The Supreme Express of *Cheesecake*, the very Marlene Dietrich herself («American Speech», 1943, Oct.), you can see the photographer isn't interested in her dress as he is in her legs, *Cheesecake* hasn't been rationed («American Speech», 1943, Oct.); *slow-belly* звич. мн. ледар, лобуряка; *lazy-boots*, *lazy-bones* ледар; *do-nothing* нероба; *suck-bottle*, *pub-crawler* п'яниця; *slow-coach* розм. копуша, повільна, тупувата людина; *kill-joy* людина, яка отруює іншим задоволення, буркотун; *feather-brain* вертопрах, пуста людина, *feather-brained* дурний, пустий, вігрянний (про людину); *fuss-pot* метушлива, нервова, неспокійна людина; *to browbeat* залякувати, відлякувати; *to shuttlecock* 1) кидати туди і назад; 2) рухатися взад і вперед.

Потреба в номінації актуальних понять з різних сфер життя сучасного суспільства та система мов-

лення, що володіє засобами перенесення найменувань, сприяє метафоричному переосмисленню значень повсякденно-розмовної лексики та трансформації її в розряд соціально маркованої лексики. Соціально-актуалізоване значення виникає у відповідь на соціальні потреби актуалізації понять, що входять до побуту, тобто понять, пов'язаних з розвитком науки, техніки, сферою виробництва, обслуговуванням населення.

Подібні емоційно-оцінні утворення часто виникають в розмовній мові і, проникаючи до лексичного пласту художньої літератури, зберігають стилістичну маркованість сфери групового спілкування, протиставляючись словам високого та нейтрального стилістичного тону.

Перспективними представляються дослідження дискурсивних характеристик образної композитної номінації в лінгвокогнітивному ключі, а також з позицій контрастивної лінгвістики і феномену міжкультурної комунікації.

Підводячи підсумок, слід зауважити, що наявні дослідження лінгвістів обмежуються, як правило, вивченням денотативного значення. А конотативний аспект семантики лексичних одиниць, їх особлива емоційно-експресивна та стилістична функція майже не досліджені у сучасній англістиці. Вивчення конотативного та екстралінгвального аспектів композитної семантики образних композитів може стати імпульсом для подальших і більш глибоких досліджень у цій сфері.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авербух Л.В. Функции жаргонной лексики в структуре высказывания / Л.В. Авербух, О.Н. Мясникова // Высказывание и его аспекты. – Иваново : Иванов. гос. ун-т. – 1991. – С. 122.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика / Н.Н. Болдырев. – Тамбов : ТГУ. – 2000. – 123 с.
3. Будагов Р.А. Язык – реальность – язык / Р.А. Будагов. – М. : Наука, 1983. – 264 с.
4. Васильева О.Г. Концептуальні засади лексичної полісемії: метафоричні зв'язки в семантичній структурі багатозначного іменника [Електронний ресурс] / О.Г. Васильева. – Режим доступу : erprints.Zu.edu.ua/1953/1/24pdf.
5. Гонта І.А. Композит-метафора в українському та англійському мовному субстандарті / І.А. Гонта // Проблеми зіставної

- семантики : зб. наук. ст. – Вип. 6. ; відп. ред. Кочерган М.П. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. – С. 278–280.
6. Дополнение к Большому англо-русскому словарю ; под общ. ред. И.Р. Гальперина. – М. : Рус. яз., 1980. – 431 с.
7. Жаботинская С.А. Онтологии для словарей тезаурусов: лингвокогнитивный подход / С.А. Жаботинская // Філологічні трактати : Науковий журнал. – Суми : Вид-во СумДУ. – Харків : Вид-во ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2009. – Том 1. – № 2. – С. 71–87.
8. Зацний Ю.А. Развитие словарного состава английской лексики в 80-ти та 90-ти роки ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук / Ю.А. Зацний. – К., 1999. – 40 с.
9. Караулов Ю.Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1981. – 367 с.
10. Крысин Л.П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка / Л.П. Крысин. – М. : Наука, 1989. – 186 с.
11. Кудреватых Л.П. Семантический тип слова как языковая универсалия и особенности обучения семантическим типам слов [Электронный ресурс] / Л.П. Кудреватых. – Режим доступа : www.kyu.edu.tw/93/95/pfref/v8/95-161.pdf.
12. Левицький В.В. Лексична полісемія та квантитативні методи її дослідження / В.В. Левицький // Мовознавство. – 2003. – № 4. – С. 17–25.
13. Мешков О.Д. Семантические аспекты словосложения английского языка / О.Д. Мешков. – М. : Наука. – 1986. – 208 с.
14. Мосейчук О.М. Системні та функціональні особливості англійських однослівних ідіом (на матеріалі сучасного публіцистичного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / О.М. Мосейчук. – Харків, 2009. – 20 с.
15. Пефтієва О.Ф. Образність як семантичний компонент лексичного значення слова: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі іменників-найменувань особи в англійській та українській мовах) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / О.Ф. Пефтієва. – Донецьк, 2011. – 20 с.
16. Поміркована Н.І. Стійкі порівняння як відображення фонових знань про зоометафори української та французької мов / Н.І. Поміркована // Міжнародна наукова конференція “Проблеми зіставної семантики” : зб. ст. за доповідями. – К. : КДЛУ, 1999. – С. 214–219.
17. Самохіна В.А. Инконгруэнтность как когнитивный механизм комического / В.А. Самохіна // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна. – № 838. – Вип. 57. – 2009. – С. 33–40.
18. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К. 2010. – 844 с.
19. Телія В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телія. – М. : Школа “Языки русской культуры”. – 1996. – 288 с.
20. Томахин Г.Д. Прагматический аспект лексического фона слова / Г.Д. Томахин // Филологические науки. – 1988. – №5. – С. 82–86.
21. Тураева З.Я. Лингвистика текста (Текст: структура и семантика) / З.Я. Тураева. – М. : Просвещение, 1986. – 127 с.
22. Ayto J. Twentieth Century Words / J. Ayto. – Oxford : Oxford University Press, 1999. – 640 p.
23. Marchand H. The Categories and Types of Present-Day English Word-Formation / H. Marchand. – Wiesbaden, 1960. – 379 p.
24. Uhrström W. Pickpocket, Turnkey, Wrap-rascal and Similar Formations in English: a Semasiological Study / W. Uhrström. – Stockholm, 1918. – 279 p.

ДЕРИВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ІМЕННИКІВ У ТВОРЕННІ ПОХІДНИХ КАУЗАТИВНИХ ДІЄСЛІВ

I.В. Ступак, докт. філол. наук (Одеса)

Стаття присвячена зіставному аналізу відіменникових похідних каузативних дієслів у німецькій та українській мовах з урахуванням словотворчих і дистрибутивних особливостей мотиваційних іменників. Під відіменниковими ПКД розуміються, каузативні дієслова семантично мотивовані іменниками.

Ключові слова: похідні каузативні дієслова, мотиваційна основа, структурний тип.

Ступак И.В. Деривационная активность существительных при образовании производных каузативных глаголов. Стаття посвящена сопоставительному анализу производных каузативных глаголов, образованных от имен существительных, в немецком и украинском языках с учетом дистрибутивных особенностей мотивационных основ. Под отыменными ПКГ понимаются каузативные глаголы семантично мотивированные существительными.

Ключевые слова: производные каузативные глаголы, мотивационная основа, структурный тип.

Stupak I. Derivative activities of nouns by forming causative verbs. The article is aimed at the contrastive analysis of denominative derivative causative verbs in German and Ukrainian taking into account the peculiarities of their word-formation structure. The description of denominative causative verbs in German and Ukrainian languages is based on the semantic organization of motivational connections between initial substantive and derivative verbs.

Key words: derivative causative verbs, derivative stem, word-building type.

1. Вступні зауваження. Проблема вивчення відіменникової дієслівної лексики, яка частково містить каузативні дієслова, виявлена в науковій літературі значною кількістю наукових розвідок як у німецькій [9; 12; 14; 15; 16; 17], так і в українській мовах [1; 2; 3; 7]; зіставний аналіз німецьких і українських відіменникових дериватів [5; 14]. Дериваційна активність іменників у творенні похідних каузативних дієслів (далі ПКД) у зіставному аспекті на матеріалі німецької та української мов, не вивчалися, що зумовлює актуальність даної роботи.

Останні десятиріччя спостерігається зростаюче зацікавлення зіставними і типологічними дослідженнями каузативних дієслів, у тому числі ПКД [4; 11], що зумовлено екстралінгвістичними чинниками – інтенсифікацією міжкультурних, соціокультурних і мовних контактів, прагненням лінгвістики до виявлення загального та специфічного у структурі та функціонування різноструктурних мов.

Основною метою статті є виявлення загальних і специфічних закономірностей вираження каузативності в німецькій та українській мовах, що розкривається в процесі комплексного дослідження ПКД: структури, семантики та функціонування ПКД.

Матеріал дослідження складають відіменникові каузативні дієслова, тобто ПКД, що утворені від іменника-мотиватора за допомогою морфологічних засобів, притаманних німецькому та українському дієслівному словотвору, тобто це дієслова типу: *der Kristall* 'кристал' → *kristallisieren* 'Kristalle bilden' 'кристалізувати'; *farba* → *farbuvati* 'покривати фарбою'.

Предметом дослідження є зіставний аналіз дериваційної активності іменників у творенні ПКД у німецькій та українській мовах.

Об'єктом дослідження виступають іменники, що виступають мотиваційними основами у творенні ПКД у німецькій та українській мовах.

2. Структурні типи іменників. У ході дослідження в німецькій та українській мовах відзначено такі структурні типи іменників-мотиваторів, які беруть участь у творенні ПКД: 1) безафіксні; 2) афіксні (див. табл. 1.1.).

Таблиця 1.1

Структурні типи мотиваційних іменників у німецькій та українській мовах

| Структурні типи іменників | Кількість ПКД | |
|---------------------------|--------------------|--------------------|
| | німецька мова | українська мова |
| безафіксні | 2078 (70,9 %) | 1772 (62,8 %) |
| афіксні | 851 (29,1 %) | 1049 (37,2 %) |
| Разом | 2929 (100%) | 2821 (100%) |

2.1. Безафіксні іменники. З погляду структури, безафіксні іменники є продуктивною твірною основою в німецькій мові та українській мовах (див. табл.1.1.), пор.: *der Balg* ‘шкура’ → *abbalgen* ‘einem Tier den Balg abziehen’ ‘знімати шкуру’; *die Angst* ‘страх’ → *ängstigen* ‘in Angst versetzen’ ‘лякати’; *мотлох* → *мотлоштити* ‘перетворювати на мотлох’; *цинк* → *оцинкувати* ‘покрити поверхню металу тонким шаром цинку’; *фарш* → *фарширувати* ‘начиняти фаршем’; *вантаж* → *вантажити* ‘наповнювати вантажем’; *мотор* → *моторизувати* ‘впроваджувати мотори у всіх галузях народного господарства’.

2.2. Афіксні основи мотиваційних іменників. Що стосується афіксальних основ, то вони є більш продуктивними твірними основами в українській мові порівняно з німецькою мовою (див. табл.1.1.), що пояснюється можливістю в українській мові творення відіменникових ПКД від непохідного, похідного іменника або іншомовного походження за допомогою суфіксів *-ува-* (*-юва-*), *-изува-* (*-изува-*) [2, с.184; 6, с. 176–177].

У німецькій мові, навпаки, суфікси *-ier-*, *-isier-* не знайшли такого широкого використання як в українській, тому що в більшості випадків творення відіменникових ПКД цим способом відбувається від основ іменників іншомовного походження [10, с. 144]. У ході дослідження виявлено поодинокий приклад творення відіменникових ПКД від

незапозиченої мотиваційної основи (далі МО) за допомогою суфікса *-ier-*, пор.: *der Buchstabe* ‘літера’ → *buchstabieren* ‘die Buchstaben eines Wortes in ihrer Aufeinanderfolge einzeln nennen’ ‘називати слово по літерам’.

Спільною рисою німецької та української мов є продуктивність суфіксальних МО іншомовного походження. У німецькій мові це іменники іншомовного походження на *-tion*, *-ent*, *-er*, *-el*, *-at*, *-um*, *-ik*, *-a*, *-i*, *-un*, *-ion*, *-ut*, *-all*, *-schaft*, *-on*, більшість з яких підлягає усіченню [11, с. 43; 17, с. 23, 78, 79; 13, с. 90, 91], пор.: *die Inkrustation* ‘інкрустація’ → *inkrustieren* ‘mit einer Inkrustation verzieren’ ‘інкрустувати’; *das Register* ‘регістр’ → *registrieren* ‘ein Register eintragen’ ‘регіструвати’; *das Zentrum (Mittelpunkt)* ‘центр’ → *zentrieren* ‘um ein Mittelpunkt herum anordnen’ ‘центрувати’; *das Christentum* ‘християнство’ → *christianisieren* ‘jmdn. zum Christentum bekehren’ ‘обертати в християнство’; *das Möbel* ‘меблі’ → *möblieren* ‘mit Möbeln ausstatten’ ‘меблювати’; *die Propaganda* ‘пропаганда’ → *propagandieren* ‘unter Einfluss von Propaganda ausbreiten’ ‘пропагандувати’.

В українській мові підлягають усіченню іменники іншомовного походження на *-ація*, *-ат*, *-ія* [2, с. 52; 3, с. 10;], пор.: *інформація* → *інформатизувати* ‘запроваджувати інформацію в різні сфери діяльності людини і суспільства’ (ВТС: 503); *делегат* → *делегувати* ‘уповноважувати делегатом’; *синдикат* → *синдикувати* ‘об’єднувати в синдикат’; *буржуазія* → *обуржуазити* ‘нав’язати триб життя буржуазії, її риси, менталітет’.

Щодо творення відіменникових ПКД від складних МО, то в роботі міститься лише один приклад такого творення, пор.: *das Chloroform* ‘хлороформ’ (*das Chlor* ‘хлор’, *die Form* ‘форма’) → *chloroformieren* ‘mit Chloroform betäuben’ ‘хлороформувати’.

На відміну від безафіксних МО, префіксальні основи іменників виступають непродуктивними при творенні відіменникових ПКД у німецькій та українській мовах, що підтверджується отриманими даними (див. табл. 1.1.).

Відзначено, що у німецькій мові префіксальні

ми твірними основами виступають МО з префіксами *ur-, ab-, an-, ein-, auf-, voll-, ein-, ge-*, пор.: *der Einfluss* ‘вплив’ → *beeinflussen* ‘auf jmdn., etw. einen Einfluss ausüben’ ‘впливати на к.-н.’; *die Auflage* ‘видання’ → *beauflagen* ‘зробити замовлення’; *die Reform* ‘реформа’ → *reformieren* ‘durch Reformen verändern, verbessern’ ‘реформувати’; *die Vollmacht* ‘повноваження’ → *bevollmächtigen* ‘jmdm. eine Vollmacht geben’ ‘уповноважити к.-н.’; *die Gewalt* ‘сила’ → *gewältigen* ‘etw. in seine Gewalt bringen, zwingen’ ‘підкорити кого-небудь’.

В українській мові, на відміну від німецької, утворенні ПКД від іменників іншомовного походження на *-ація* з префіксами *de-, re-* спостерігається усічення, пор.: *деморалізація* → *деморалізувати* ‘викликати деморалізацію’; *реприватизація* → *реприватизувати* ‘здійснити реприватизацію’; *ресоціалізація* → *ресоціалізувати* ‘здійснити ресоціалізацію’; *реструктуралізація* → *реструктуризувати* ‘здійснити реструктуризацію’.

3. Семантичний аспект. Ураховуючи характер семантичної структури МО, оскільки переважно семантика визначає межі утворення дериватів, іменники-мотиватори класифіковані за ознаками: конкретні – істота / неістота, абстрактні – дія, стан (фізичний, психічний).

Співвіднесеність відіменникових ПКД з іменниками-мотиваторами виявило, що в німецькій мові активного використання набувають конкретні іменники, які мотивують 2022 (=69,0%) відіменникових ПКД (див. табл.1.2.).

Поміж конкретних іменників найбільшу активність виявляють іменники на позначення неістот, які мотивують 1916 відіменникових ПКД (див. табл.1.2.). До конкретних іменників на позначення неістот відносяться назви конкретних предметів на позначення:

а) речовин, матеріалів (*der Beton* → *betonieren, ausbetonieren*; *der Zement* → *zementieren*; *die Kachel* → *kacheln*);

б) інструментів, знарядь (*der Föhn* → *föhnen*; *der Dolch* → *erdolchen*; *die Walze* → *walzen*);

в) локальних понять (*das Land* → *anlanden*; *das Quartier* > *einquartieren*; *die Haft* → *inhaftieren*).

Таблиця 1.2

**Кількісна характеристика ПКД,
які мотивовані іменниками
різних лексико-семантичних груп**

| Семантика мотиваційних іменників | Кількість відіменникових ПКД | |
|--|---------------------------------|---------------------|
| | німецька мова | українська мова |
| Конкретні: | 2022 (69,0%) | 1656 (58,7%) |
| неістота | 1916 (65,4%) | 1518 (53,8%) |
| істота | 106 (3,6%) | 138 (4,9%) |
| Абстрактні: | 907 (31,0%) | 1165 (41,3%) |
| позначення станів | 516 (17,6%) | 621 (22,0%) |
| різні поняття | 299 (10,2%) | 484 (17,2%) |
| назви дій, процесів | 92 (3,2%) | 60 (2,1%) |
| Разом | 2929 (100%) | 2821 (100%) |

В українській мові, так само як і в німецькій, конкретні іменники беруть активну участь у творенні відіменникових ПКД, що дорівнює 1656 ПКД (= 58,7%) (див. табл.1.2.). Встановлено, що з активними дериваційними можливостями виступають семантичні групи конкретних іменників на позначення: назв речовин, матеріалів (*ламінат* → *ламініувати*; *золото* → *позолотити*; *масло* → *умаслити*); інструментів, знарядь (*помпа* → *помпувати*; *прес* → *пресувати*; *шуст* → *шустувати*). Втім, конкретні іменники на позначення локальних понять характеризуються обмеженими дериваційними можливостями, які мотивують тільки 110 відіменникових ПКД (*в'язниця* → *ув'язнити*; *село* → *заселяти*; *госпіталь* → *госпіталізувати*).

Конкретні іменники, що позначають істот, мотивують відіменникові ПКД у 106 випадках (із 2022). В українській мові конкретні іменники на позначення істот мотивують 138 ПКД (із 1656). До них відносяться іменники на позначення людей за родинними, національними, релігійними, суспільними зв'язками (*der Knecht* → *knechten*; *der Rekrut* → *rekrutieren*; *der Russe* → *russifizieren*; *делегат* → *делігатувати*; *кріпак* → *окріпачити*; *кулак* → *розкулачити*).

У німецькій мові абстрактні іменники мотивують 907 (=31,0%) відіменникових ПКД, що кількісно

майже удвічі менше ніж ПКД, утворені від конкретних іменників (див. табл. 1.2.).

До абстрактних іменників належать іменники на позначення: а) психічних і фізичних станів, які мотивують 516 відіменникових ПКД, пор.: *die Scham* → *beschämen*; *der Schreck* → *schrecken*; *der Gram* → *grämen*; б) абстрактних понять, які мотивують 299 відіменникових ПКД (*die Gruppe* → *gruppieren*; *die Moral* → *moralisieren*; *das Statut* → *statuieren*); в) дій, процесів, які мотивують 92 відіменникових ПКД (*die Reform* → *reformieren*; *das Recht* → *berechtigen*; *die Systematik* → *systematisieren*).

В українській мові, на противагу німецькій, абстрактні іменники є більш активними й мотивують 1165 ПКД, пор.: відповідно 41,3% і 31,0% (див. табл. 1.2.). Така розбіжність пов'язана з дериваційною активністю іменників на позначення назв психічних і фізичних станів, які мотивують 621 відіменникових ПКД, пор.: *turbota* → *turbувати*; *nudьга* → *занудити*; *dосада* → *досаджати*; та на позначення абстрактних понять, які мотивують 484 ПКД, пор.: *амністія* → *амністувати*; *регламент* → *регламентувати*; *абстракція* → *абстрагувати*. Іменники на позначення назви дій, процесів мотивують 60 відіменникових ПКД: *фальсифікація* → *фальсифікувати*; *репресія* → *репресувати*; *аналіз* → *аналізувати*.

Зосередивши увагу на семантиці (різних лексико-граматичних категоріях) іменників, встановлено, що субстантиви за ознаками конкретне / неістота беруть активну участь у творенні ПКД, іменники за ознаками конкретне (абстрактне) / неістота виявляють меншу активність і обмежені словотвірні можливості [11, с. 49]. Отримані результати співвідносяться із загальними даними дослідження відіменникових дієслів у німецькій [5, с. 80; 14, с. 97] та українській мовах [8, с. 16].

3. Висновки.

3.1. У плані структурної організації відіменникових ПКД мови дослідження різко контрастують, пор.: у німецькій мові, на противагу українській, де існує лише один тип – афіксні ПКД, відзначено два структурних типи: афіксні й безафіксні відімен-

никові ПКД (див. табл. 1.1.). Безумовно, це мотивовано особливостями дієслівного словотворення кожної з мов.

3.2. Мови дослідження розрізняються також способами творення афіксних відіменникових ПКД та їх продуктивністю (див. табл. 1.1.). Так, у німецькій мові відзначено три способи творення відіменникових ПКД – 1) префіксальний; 2) суфіксальний; 3) префіксально-суфіксальний. В українській мові має місце тільки два останніх.

3.3. Спільним в обох мовах дослідження є дериваційна спроможність МО у творенні відіменникових ПКД (див. табл. 1.1) – 1) за структурою МО поділяються на афіксні та безафіксні; 2) безафіксні іменники виступають продуктивним структурним типом; 3) переважну більшість афіксних іменників, від яких утворено ПКД, становлять суфіксальні іменники; 4) префіксальні іменники є непродуктивними як у німецькій, так і в українській мовах.

3.4. Класифікація МО за лексико-граматичними розрядами: (конкретні іменники – істота / неістота; абстрактні іменники – назва дії, процесів і стану) виявило, що активну участь у творенні ПКД в обох мовах дослідження беруть конкретні іменники на позначення неістот і абстрактні іменники. Іменники за ознаками конкретне / істота виявляють меншу активність.

3.5. Разом з тим, лексико-семантичні групи іменників виявляють неоднакову словотвірну можливість в мовах дослідження. Так, у німецькій мові семантичні групи іменників на позначення: а) інструментів, знарядь; б) назв речовин, матеріалів; в) локальних понять беруть активну участь у творенні відіменникових ПКД.

В українській мові перші дві лексико-семантичні групи іменників також виявляють високу продуктивність у творенні відіменникових ПКД. Однак, в українській мові, на противагу німецькій, третю групу становлять іменники на позначення стану (психічного або фізичного), а іменники на позначення локальних понять характеризуються обмеженими дериваційними можливостями.

3.6. Таким чином, у мовах дослідження іменники-мотиватори виявляють неоднакову слово-

твірну властивість, що зумовлено морфемно-структурними, лексико-семантичними й лексико-граматичними особливостями МО.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вихованець І.Р. Частини мови в семантико-граматичному аспекті / І.Р. Вихованець. – К. : Наукова думка, 1988. – 256 с.
2. Возний Т.М. Словотвір дієслів в українській мові у порівнянні з російською та білоруською / Т. Возний. – Львів : Вищ. шк., 1981. – 187 с.
3. Городенская К.Г. Морфологическая структура отыменных глаголов в современном украинском языке : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Украинский язык” / К.Г. Городенская. – К., 1975. – 25 с.
4. Дадуева Е.А. Каузативные отношения в глагольной лексике бурятского языка в сопоставлении с русским языком : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.22 “Языки народов зарубежных стран Европы, Азии, Африки, аборигенов Америки и Австралии” / Е.А. Дадуева. – Улан-Удэ, 2008. – 24 с.
5. Калиущенко В.Д. Типология отыменных глаголов / В.Д. Калиущенко. – Донецк : Донеччина, 1994. – 422 с.
6. Ковалик І.І. Словотвір сучасної української мови / І.І. Ковалик. – К. : Наукова думка, 1979. – 404 с.
7. Кочерга Г.В. Мотивація відіменникових дієслів у сучасній українській мові (когнітивно-ономасіологічний аспект) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Г.В. Кочерга. – 2003. – 200 с.
8. Лагута Т.Н. Семантико-типологічна характеристика від субстантивних дієслів сучасної української мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова” / Т.Н. Лагута. – Харків, 2003. – 20 с.
9. Неद्याлков В.П. Отыменное глагольное словообразование в языках различных типов (Типологический подход) / В.П. Неद्याлков // Проблемы соотношения словообразования с другими языковыми уровнями в германских языках : межвуз. сб. науч. тр. – Смоленск : Смолен. гос. пед. ин-т, 1985. – С. 186–192.
10. Степанова М.В. Словообразование современного немецкого языка / М.В. Степанова. – М. : Изд-во лит. на иностр. языках, 1953. – 375 с.
11. Ступак І.В. Структурно-семантичні та функціональні характеристики похідних каузативних дієслів у німецькій та українській мовах : монографія / І.В. Ступак – Донецьк : ДонНУ, 2011. – 470 с.
12. Улуханов І.С. О словообразовательной категории (на материале глаголов, мотивированных именами) / И.С. Улуханов // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1975. – Т. 34, вып. 1. – С. 27–35.
13. Erben J. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre / J. Erben // Grundlagen der Germanistik. – 17. – Berlin : Erich Schmidt. – 1993. – 172 s.
14. Kaliuščenko V.D. Typologie denominaler Verben / V.D. Kaliuščenko // Linguistische Arbeiten. – Tübingen : Niemeyer, 2000. – Bd. 419. – 253 s.
15. Marchand H. Die Ableitung desubstantivischer Verben mit Nullmorphem im Englischen, Französischen und Deutschen / H. Marchand // Die neueren Sprachen. – 1964. – № 3. – S. 105–118.
16. Mungan G. Morphologie und Semantik der von deutschen Partikel und Präfixverben abgeleiteten Substantiva: eine kritische Untersuchung / G. Mungan. – München : Judicium, 1995. – 197 S.
17. Wellman H. Verbbildung durch Suffixe / H. Wellman // Deutsche Wortbildung. Erster Hauptteil: Das Verb. – Sprache der Gegenwart. – Düsseldorf : Schwann, 1973. – Ed. XXIX. – S.17–140.

УДК 81'42'276.45-05787(73)

ОНОМАСІОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОЗЕЛАНДСЬКОГО СЛЕНГУ КІНЦЯ ХХ СТОРІЧЧЯ

Л.В. Герман, канд. філол. наук (Харків)

Стаття присвячена ономасіологічній характеристиці новозеландського загального та спеціального сленгу кінця 20 ст. Розглядається тематична організація корпусу сленгізмів, що вивчаються, і способи їх творення.

Ключові слова: новозеландський національний варіант англійської мови, загальний та спеціальний сленг, тематична група, спосіб творення.

Герман Л.В. Ономасіологическая характеристика новозеландского сленга конца XX столетия. Статья посвящена ономасіологической характеристике новозеландского общего и специального сленга конца 20 ст. Рассматривается тематическая организация корпуса сленгизмов и способы их образования.

Ключевые слова: новозеландский национальный вариант английского языка, общий и специальный сленг, тематическая группа, способ образования.

Herman L.V. Onomasiological characteristics of New Zealand slang of the end of the XX century. The article deals with the onomasiological characteristics of New Zealand common and special slang of the end of the 20th century. The thematic organization of the corpus of the studied slang as well as the ways of its formation are described.

Key words: New Zealand English, common and special slang, thematic group, way of formation.

Лексико-семантична система новозеландського національного варіанта англійської мови (НЗА) протягом декількох десятиліть була об'єктом досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних авторів (В.Н. Вовк, Л.В. Турченко, О.В. Ніколаєва, E. Gordon, G. Turner, S. Ryan та ін.), які у своїх працях висвітлюють специфіку цього варіанта у соціолінгвістичному, ономасіологічному, етнолінгвістичному, лінгвокогнітивному та інших аспектах [1, 3–5; 7; 8]. Розвідки проводилися, головним чином, на матеріалі літературної форми існування НЗА. Нестандартна ж лексика, до якої належить і сленг, до цього часу була поза межами спеціального дослідження, чим і обумовлена актуальність нашої розвідки.

Об'єктом нашого дослідження виступають як загальні, так і спеціальні сленгізми, що з'явилися у НЗА наприкінці 20 ст.

Предмет представлений студіюванням тематичної віднесеності сленгізмів-новоутворень до тієї чи іншої соціально-комунікативної сфери та способів їх творення.

Матеріалом для розвідки послужили 304 лексичні інновації-сленгізми, які поповнили лексичну систему НЗА у 80 – 90-ті роки 20 ст. Ці лексичні одиниці були відібрані методом суцільної вибірки зі словника Г. Орсмана [6]. Переважна більшість з них, 150 лексичних одиниць є іменниками, 44 – належать до класу дієслів, 8 – є прикметниками. Решта – 102 сленгізми – представлені сполученнями слів, що є різними частинами мови ($N_2 + N_1$, $N_2 + \text{грер.} + N_1$, $A + N$, $V + N$ та ін.) і за своєю семантикою є як мотивованими, так і ідіоматичними утвореннями.

Зупинимось спочатку на тематичній класифікації сленгізмів, виділивши основні соціально-комунікативні сфери, в яких вони з'являлися. Тематичні групи визначені нами на "основі однієї інтегральної ознаки, тобто єдність групи базується на наявності у значенні слів, які входять до неї, спільної ознаки, яка співвідноситься з будь-якою сферою об'єктивної реальності. У тематичну групу включаються слова різних частин мови на основі "асоціацій

© Герман Л.В., 2013

за суміжністю” значень [2, с. 150]. У межах тематичної групи виділяємо вужчі семантичні групи лексичних одиниць, в яких слова-сленгізми можуть наближатися або розходитися за значенням залежно від тих інтегральних чи диференціальних ознак, які лягли в основу схожості чи відмінності найменувань.

Розглянемо найчисельніші з них. Найбільшою тематичною групою є сленг “в’язнів”. До цієї групи лексичних одиниць входить 61 сленгізм. У її межах можна виділити наступні підгрупи:

- a) **figures of authority:** a dog “a prison guard”, boss “a prison guard”;
- b) **places and procedures:** joint “a prison”, dogbox “a prison guard house”;
- c) **relationships:** Noah’s ark “an informer”, policeman “an inmate who informs on fellow prisoners”;
- d) **drugs and contraband:** hoist “holding drugs or contraband”, parcel “the illegal or contraband articles or material”;
- e) **crimes and sentences:** the lot “a life sentence”, to cut out “to serve time in prison”;
- f) **punishment:** twackling “the beating or violent illegal punishment of prisoners”;
- g) **weapons:** shank “a knife”, shin “a knife or a blade” та ін.

Наступна за чисельністю лексичних одиниць є тематична група “Людина: якості, поведінка, зовнішність, звички, одяг та ін.” (45 сленгізмів), яка включає такі підгрупи:

- a) **a person’s qualities:** not to have the guts of a whitebait “to be very cowardly”, sicko “a person thought to be mentally sick”;
- b) **behaviour:** to go berko (berkers) “to become uncontrollably violent or emotional”, unco “anyone physically or intellectually clumsy or inept”, spazzo “a noticeable disabled person”;
- c) **clothes:** underdungers “underpants (a jocular name)”;
- d) **appearance:** piketlet “of a girl, imperfectly beautiful”, musterer’s dog “a thin, lanky person”;
- e) **nationality and race:** shonky “a Jew”, chopper “an offensive name for Malaysians”;

- f) **way of life:** blockie “one who lives on a lifestyle block, a small farm run usually as a hobby”, gypsy “a person who lives in a house truck”.

Третя тематична група “Наркодилери, наркомани, алкоголіки” нараховує 41 сленгізм. Поміж них виділяємо наступні підгрупи:

- a) **types of drugs:** homebake “homemade morphine or heroine extracted from codeine phosphate by a process involving heat”, hard “a hard drug”, hammer “smack heroine”;
- b) **drug-makers:** baker or homemaker “one who manufactures homebake”;
- c) **strong drinks, beer:** to keg it up “to take part in a heavy beer-drinking session”, Jessie’s dream “stream, methylated spirits (as a drink)”, white lightning “rawspirited liquor”, Cab Sav “wine produced from cabernet grapes”;
- d) **needles for injecting drugs:** pick “a hypodermic needle for injecting heroine”;
- e) **the state of being drunk:** out of one’s tree “to be drunk”.

Численною за кількістю сленгізмів є і тематична група “Спорт” (32 лексичні одиниці), серед яких виокремлюємо такі підгрупи:

- a) **types of sport activity:** front foot “to show support for (an initiative) firmly and publicly”, buzzo “the duty boy’s cry to travelling rugby union team members to board their bus”, ollie “a skateboarder’s term for the basic jump”;
- b) **sports’ equipment:** pit “a sleeping bag, occasionally a bed”, Maori tackle “a tackle made on a player without the ball”;
- c) **sportmen:** dirt-tracker(s) pl. “the members of a touring rugby union team who play in the mid-week rather than main weekend matches”;
- d) **competitions, meetings of players:** intersecs “the Auckland inter-secondary-school athletics meeting”.

П’ята тематична група представлена сленгізмами, які характерні для мовлення автолюбителів, автодилерів (28-ма лексичними одиницями). Серед них виділено підгрупи:

- a) **car dealers:** car ringer “one who goes about the unlawful business of changing the stolen

car's registration plates and identifying marks before selling it", *tyre kicker* "a person who merely examines used cars, tests the tyres, but doesn't buy";

- b) **vehicles, their parts, documents:** *reggo* "a car registration windscreen sticker", *tupperware* "external accessoires on a car body", *fruit* "car accessoires such as air conditioner, power roof".

Шоста група, яка включає сленгізми на позначення країни, її частин, жителів тощо, представлена 26-ма лексичними одиницями, де виокремлюємо:

- a) **inhabitants of New Zealand (ethnic groups, inhabitants of various regions of NZ):** *coaster* "one born or resident in the Maori district north from Gisborne", *white Maori* "a Maori who has adopted European ways";

- b) **country's names:** *Kiwi country* "a jocular name for New Zealand as the native haunt of Newzealanders", *Dome* "an area within Mount Eden Prison under a domeshaped roof", *Big Pinky* "an Auckland nickname for the Fay Richwhite building at 151 Queen street".

Решта сленгізмів (61 лексична одиниця) позначають реалії, які стосуються таких сфер, як культура (*plastic tiki* "a symbol of the commercialisation of Maori culture, in which greenstone tiki is a central emblem"), соціально-політичне життя новозеландців (*squattocracy* "powerful elite", *churchie* "a confirmed church member perceived as a public moralist"), природно-кліматичні умови країни (*biter* "a harsh or keenly cold frost", *horsie* "a name for horse mackerel *Trachurus novaezelandiae*"), секс (*Plunket Shield* "a nickname for the contraceptive pill formed from a play on plunket" to graze in another paddock "to become (sexually) unfaithful to a permanent spouse or partner") та ін.

До цієї ж групи увійшла незначна кількість спеціальних сленгізмів, що характерні для мовлення моряків, вівчарів, мисливців тощо (*rat* "name for an undersized kingfish", *holding pen* "the name of a pen in which sheep are held for shearing, killing", *to bomb up* "to bombard animals with shots, to release wild shots at a herd").

Розглянувши основні тематичні групи сленгізмів, перейдемо до визначення способів їх творення. Зазначимо, що аналіз цього корпусу лексики з точки зору словотворення свідчить про те, що у формуванні сленгу використовуються такі ж способи, які властиві і літературній англійській мові Нової Зеландії, хоча з деякими особливостями.

Матеріалом для формування сленгу послужили:

1) лексична система НЗА, трансплантованого на острова Нової Зеландії з Британії;

2) лексика маорійської мови, яка більше ніж 170 років перебуває у безпосередньому контакті з домінуючою англійською;

3) поєднання маорійських та англійських лексичних одиниць і утворення слів-гібридів;

4) слова, які запозичалися з інших національних варіантів англійської мови: британського, австралійського, американського (так звані "внутрішньо-системні запозичення").

До словотворчих процесів, які відбувалися на матеріалі англійської мови входили:

1) словоскладення й утворення складних слів і словосполучень, як мотивованих, так і ідіоматичних, з переважним використанням наступних структур: для складних слів – $N_2 + N_1$, $A + N$ (*daylighting* "a name for opening up the roof of a tunnel", *blue-tongue* "applied offensively for a Maori"); 2) для словосполучень – $N_2 + N_1$, $N_2 + \text{prep.} + N_1$, $A + N$, $V + N$, $PI + N$ та ін. (*monkey oyster* "an Auckland rock oyster", *to crack a chat* "to open up a conversation with or chat up"); необхідно зазначити, що велика кількість сленгізмів представлена фразеологізмами, більшість з яких є фразеологічними зрощеннями, яким властивий великий ступінь ідіоматичності та образності (*Maori huntaway* "a stone rolled down hill to move sheep", *long road to hoe* "most Kiwi's inability to make sense of what they say");

3) афіксація (переважно суфіксація), представлена суфіксами: *-ie*, *-o*, *-er*, *-y*, які додаються, в основному, до слів, що вживаються в літературній мові (*pulpie*, *ridie*, *wino* та ін.);

4) конверсія, де спостерігається перехід іменника в дієслово і навпаки (*to prop* – *a prop*, *a car-ringer* – *to car-ringer*);

5) семантична деривація, яка базується на метафоричному переносі (у нашому випадку перевалює метафоричний перенос, при якому ознаки об'єктів схожі або збігаються і не пов'язані з дійсністю (колір, форма, зовнішній вигляд та ін.), у той час як метонімія спирається на стійкі реальні зв'язки між об'єктами, що порівнюються: *blunty* “a name for strikemaker aircraft from its shape” (метафора), *bulbie* “a name for a labourer employed to load bulk goods into railway wagons and trucks (метонімія)”;

б) скорочення слів, яке представлене, головним чином, аббревіацією (*BJ* “abbreviation of blow job” *JAFa* “a non-Auckland acronym of Just Another Fucking Auckland”) та апокопою (*bro* від *brother* “ones Maori iwi or gang associates, Maori collectively”).

Наступна частина сленгізмів утворена шляхом запозичання з маорійської мови лексичних одиниць та утворення на їх основі дериватів із залученням суфіксів *-ism*, *-tion*, *-er* та ін. Яскравим прикладом є лексична одиниця *kiwi*, яка потрапила до лексику NZA ще в 1820 р. у значенні “a flightless bird of New Zealand”, а потім утворила цілий ряд похідних: *kiwism* “the state or condition of being a New Zealander”, *kiwicisation*, *kiwication* “the making of a person or thing superficially New Zealand in character” та ін. Відзначені нами і складні гібридні утворення з використанням слова *kiwi* та доданням англійської основи або слова (*Kiwiland* “New Zealand”, *kiwi suspension* “an illegal or de facto suspension from school of a student difficult to discipline”, *kiwispeak* “Broad Enzed” та ін.). Складовою гібридних утворень виступають також наступні слова маорійського походження: *tiki*, *kakapo*, *Maori*, *mimi*, *Pakeha* тощо.

Внутрішньосистемні запозичення представлені сленгізмами, які ввійшли до словникового складу NZA з інших національних варіантів англійської мови у зв'язку з тісними політичними, економічними, культурними та іншими типами зв'язків. Це сто-

сується британського (*grass* “green vegetables served in institutions”), австралійського (*pokie* “a familiar name for a poker machine”), та американського національних варіантів (*to hide the salami* “sexual intercourse regarded as a domestic or kitchen game”).

Зазначимо, що сленг, який нами досліджувався, являє собою експресивно забарвлений пласт лексики, що часто має жартівливий або грубуватий відтінок та перебуває у стані постійних змін. Сфера функціонування сленгу не обмежується лише усним спілкування його носіїв (спортсменів, автолюбителів тощо). Деякі зі сленгізмів закріпилися у ЗМІ (періодиці, телевізійних та радіопрограмах, у глобальній мережі Інтернет). Саме вивчення особливостей вживання новозеландського сленгу у мові ЗМІ і буде предметом нашого подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вовк В.Н. Новозеландский национальный вариант английского языка // Варианты полинациональных литературных языков / Ю.А. Жлуктенко, В.Н. Бублик, А.В. Двухжилов. – К. : Наук. думка, 1981. – С. 87–93.
2. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология / В.Г. Гак. – М.: Международные отношения, 1977. – 264 с.
3. Николаева О.В. Историко-культурные особенности сложения концептуальной картины мира пакеха в Новой Зеландии / О.В. Николаева // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2011. – № 31(1). – С. 337–343.
4. Турченко Л.В. (Герман Л.В.) Новозеландские флористические названия в ономазиологическом аспекте : дис. ... канд. филол. наук : 10.02. 04 / Турченко Людмила Владимировна. – К, 1987. – 187 с.
5. Gordon E. New Zealand English: its origin and evolution / E. Gordon, J. Campbell. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2004. – 370 p.
6. Orsman H. A Dictionary Of Modern New Zealand Slang / H. Orsman. – N.Z., Auckland: Oxford Univ. Press, 1999. – 153 p.
7. Ryan S. The Tolerance of Maori words in New Zealand English / S. Ryan // Orbis. – 1977. – Vol. 26. – N2. – P. 341–370.
8. Turner G. New Zealand English Today / G. Turner // English Transported. – Canberra : Australian National Univ. Press, 1970. – P. 94–101.

УДК 811.111'373'374

**СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
КОНСТИТУЕНТОВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ
“ВОДНОЕ ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО”**

Н.В. Загребельная, канд. филол. наук (Одесса)

Статья посвящена изучению особенностей лексико-семантического поля “водное транспортное средство”, конститuentы которого актуализируют соответствующий фрагмент англоязычной картины мира. Установлены типичные словообразовательные модели составляющих лексико-семантического поля “водное транспортное средство” и определена их продуктивность.

Ключевые слова: конститuentы, лексико-семантическое поле, продуктивность, словообразовательная модель, англоязычная картина мира.

Загребельна Н.В. Словотвірні особливості конститuentів лексико-семантичного поля “водний транспортний засіб”. Стаття присвячена вивченню особливостей лексико-семантичного поля “водний транспортний засіб”, конститuentи якого актуалізують відповідний фрагмент англomовної картини світу. Встановлені типові словотвірні моделі складових лексико-семантичного поля “водний транспортний засіб” та визначено їх продуктивність.

Ключові слова: конститuentи, лексико-семантичне поле, продуктивність, словотвірна модель, англomовна картина світу.

Zagrebelsna N.V. Word-formative peculiarities of constituents of lexico-semantic field “water transport device”. The article investigates word-formative properties of constituents of lexico-semantic field “water transport device” which actualize a corresponding fragment of an English word picture.. Typical word-formative models of constituents of lexico-semantic field “water transport device” are formed and their productivity is defined.

Key words: constituents, lexico-semantic field, productivity, word-formative model, English world picture.

Настоящая публикация отражает результаты определенного этапа в исследовании англоязычного лексико-семантического поля (далее ЛСП) “водное транспортное средство”. Объектом нашего исследования избран фрагмент англоязычной картины мира (далее КМ), номинирующий разнообразные транспортные средства, используемые для передвижения по воде. Предметом исследования выступают лексикографически зарегистрированные номинативные единицы, в совокупности своих формальных и смысловых связей образующие ЛСП “водное транспортное средство”.

Цель данной статьи – выявление и описание типичных словообразовательных моделей ЛСП “водное транспортное средство” в англоязычной картине мира.

Материал исследования составляют 720 лексических единиц (далее ЛЕ), полученных в результате сплошной выборки из общих, этимологических, специальных морских словарей и справочных изданий.

Актуальность данного исследования заключается в его лингвокогнитивной направленности и включенности в антропоцентрическую парадигму современных лингвистических изысканий.

Исследуя особенности конститuentов ЛСП “водное транспортное средство” в англоязычной картине мира, мы исходим из посылки о том, что носители профессиональной КМ (гражданские и военные моряки, рыбаки, судостроители, портовые работники, ученые–океанографы, спасатели, спортсмены) прежде всего являются носителями

© Загребельная Н.В., 2013

общенациональной КМ, поэтому ее фрагмент “водный транспорт” не перестает существовать в их тезаурусе. Из этой посылки следует, что профессиональный вариант ЛСП “водное транспортное средство” поглощает наивный вариант данного ЛСП, однако не целиком, а только его ядерные и медиальные конститuentы, т. е. те ЛЕ, которые номинируют собственно водные транспортные средства (подробнее о ядерных и медиальных конститuentах см. [2, с. 45–72]).

Мы также исходим из еще одной посылки. Профессиональная картина мира в обязательном порядке значительно детальнее и обширнее, чем наивная КМ, отразит такую сферу человеческой деятельности, как создание и использование водных транспортных средств для различных целей коммерческого, военного, спортивного и т.п. характера. Для объективного и многостороннего анализа ЛСП “водное транспортное средство” в современном английском языке из имеющейся выборки ЛЕ (объемом 160 ЛЕ), составленной на основе общих, этимологических и фразеологических словарей английского языка была выделена ее не-фразеологическая составляющая (60 ЛЕ), которая впоследствии была дополнена корпусом ЛЕ, отобранных из специальных лексикографических и справочных источников. Суммарный объем этой выборки равен 720 ЛЕ.

Из вышесказанного следует, что наивный и профессиональный варианты ЛСП “водное транспортное средство” суть частично пересекающиеся множества лексикографически зарегистрированных англоязычных единиц, каждая из которых тем или иным образом вербализует комплекс когнитивных признаков: АРТЕФАКТНЫЙ КОНТЕЙНЕР для целенаправленного ПЕРЕДВИЖЕНИЯ по ВОДЕ. Каждый из выделенных нами когнитивных признаков может уточняться различными характеристиками. См., например:

| | |
|----------------------------|----------------------------------|
| когнитивный признак | уточняющая характеристика |
| АРТЕФАКТ..... | <u>где, как</u> изготовлен |
| КОНТЕЙНЕР..... | <u>содержимое, форма, размер</u> |

ПЕРЕДВИЖЕНИЕ.. функция, скорость, маршрут, источник движения
 ВОДА..... ареал, особенности водного массива, степень погруженности судна в воду.

Наша гипотеза заключается в том, что в наивном и профи вариантах ЛСП “водное транспортное средство” различаются степень детализации когнитивных признаков и их характеристик, способ вербальной манифестации этих смысловых компонентов в лексических единицах, равно как и количество самих ЛЕ, конституирующих поле, все это приводит к разной плотности как семантического пространства поля, так и его словесной ткани.

Перейдем к рассмотрению основных словообразовательных моделей конститuentов ЛСП “водное транспортное средство”. Результаты нашего исследования позволили выделить такие типичные словообразовательные модели, как: 1) универбы; 2) слова, образованные с помощью продуктивного суффикса *-er* ($V/N + er = N$); 3) композиты.

При анализе продуктивности опорных компонентов, участвующих в образовании ЛЕ-конститuentов ЛСП “водное транспортное средство”, наше внимание привлекли единицы со словообразовательным формантом *-er*. Это существительные, построенные по модели $V/N + er = N$. 30 опорных компонентов с суффиксом *-er* (39% подвыборки) реализуют эту модель и совокупно образуют 91 моно- и поликомпонентную ЛЕ, входящую в анализируемое ЛСП (13% общей выборки).

Англоязычный суффикс *-er* относится к исконным продуктивным словообразовательным морфемам. Он ведет свое начало от староанглийского *-ere* и участвует в формировании имен существительных с агентивной семантикой [1, с. 464]. Как утверждают лексикологи, *-er* преимущественно образует одушевленные существительные: три из четырех его значений относятся к номинациям лица. Последнее, четвертое значение формулируется так: [*вещи, которые делают то, что обозначается корневой морфемой*] [6, с. 439]. Новый большой англо-русский словарь содержит,

в частности, следующую дефиницию суффикса *-er* [машина, устройство со специальной функцией] [7, т. 1, с. 685].

Полученный нами материал позволяет утверждать, что суффикс *-er* имеет вышесформулированное значение в случае его присоединения к глагольной корневой морфеме. 12 из 30 опорных компонентов с суффиксом *-er* построены по модели *V+er*, где *V* – это глагол, следовательно, уточненная модель имеет вид *Vtr / intr + er*, ее репрезентанты номинируют судно, выполняющее действие *V*.

Вариант модели *Vtr + er* (т. е. корневая морфема – это переходный глагол) предполагает наличие комплемента. Объект действия *V* может эксплицироваться в самом опорном слове (примеры 1) либо в атрибутивном компоненте поликомпонентной ЛЕ (примеры 2) или же оставаться в пресуппозиции (примеры 3):

- (1) *ice-breaker = ship that breaks ice*;
mine-sweeper = ship that sweeps mines;
pipe-layer = ship that lays pipes;
- (2) *submarine chaser = ship that chases submarines*;
truck carrier = ship that carries trucks;
livestock carrier = ship that carries livestock (cattle);
- (3) *destroyer [a small, fast, highly maneuverable ship designed to kill submarines with depth charges]*;
fisher [a ship that fishes] ← to fish [catch or try to catch fish];
trawler [a vessel used for trawling] ← to trawl [to catch fish with a trawl].

Модель *Vintr + er* реализуется значительно реже. Суффикс *-er* присоединяется к корневой глагольной морфеме с грамматической семантикой непереходности: *cruiser, trader, dredger, klondiker*. Д. Байбер полагает, что суффикс *-er* имеет значение [нечто, используемое для выполнения действия *V*] (*something used for V-ing*) [8, с. 321]. Эта дефиниция хорошо иллюстрируется первыми тремя перечисленными компонентами: *cruiser = a ship that cruises*; *trader = a ship used for trading overseas*; *dredger = a vehicle used for dredging (deepening the seabed)*.

Последний из четырех вышеперечисленных дериватов с *-er* очень своеобразно реализует данную семантическую модель. *Klondiker* – это крупное, стоящее на якоре в море судно, на которое сгружают улов рыбы более мелкие рыболовецкие суда, часто плавающие под другим флагом. После заполнения трюмов клондайкер отправляется в порт своей страны, где реализует накопленный груз рыбы. Анализируемая именная ЛЕ построена по модели *V + er*, где *V* – это глагол *to klondike* с исходным значением [экспортировать свежую сельдь на континент], сам глагол происходит от существительного *klondike* со значением [сельдевые промыслы у западного берега Шотландии]. Полагаем, что данная ЛЕ является результатом метафорического переноса с топонима *Klondike* [Клондайк, место золотых приисков на севере Канады] через имя нарицательное *klondike* со значением [золотое дно, неисчерпаемый источник дохода]. Таким образом, семантическая модель *V + er = something used for V-ing* в ЛЕ *klondiker*, кроме собственно эксплицитной информации о рыбопромысловом использовании судна, обогащается и дополнительной имплицитной, культурно-исторической семой “судно, приносящее большие прибыли”.

По модели *V + er* образовано 12 опорных компонентов, которые функционируют в 61 ЛЕ, причем больше половины этих ЛЕ приходится на поликомпонентные ЛЕ с опорным словом *carrier* (37 ЛЕ). Вместе с опорным словом *cruiser* (11 ЛЕ) эти две единицы реализуются в двух третях ЛЕ, построенных по модели *V + er*.

Словообразовательный суффикс *-er* присоединяется не только к глагольным, но и к именным основам. Модель *N + er* реализуется в 18 опорных компонентах, функционирующих в 30 конституентах изучаемого поля. Лингвокогнитивный анализ дериватов, образованных по данной модели, показывает, что ее семантика может быть сформулирована как: нечто, выступающее носителем признака, номинированного *N*-морфемой. Перечень этих признаков (в порядке убывания) следующий:

- содержимое КОНТЕЙНЕРА (т. е. что именно транспортируется судном):
oil → *oiler*; *cargo in bulk* → *bulker*; *logs* → *logger*; *troops (soldiers)* → *trooper*; *lights (special containers)* → *lighter*; *any cargo*, → *freight freighter*;
- ареал плавания судна, маршрут его ПЕРЕДВИЖЕНИЯ:
waters near or along a coast → *coaster*, *lake* → *laker*, *line* → *liner*;
- источник ПЕРЕДВИЖЕНИЯ:
steam → *steamer*, *wheel at the stern* → *sternwheeler*;
- конструктивные особенности КОНТЕЙНЕРА:
there are tanks in it → *tanker*, *there are two decks in it* → *tweendecker*.

Завершая анализ деривационной модели V / N + er, следует отметить, что данная модель не только высокопродуктивна, но и почти исчерпывающа в пределах опорных компонентов ЛСП “водное транспортное средство”. Кроме суффиксальных дериватов с формантом *-er*, регистрируем только два префиксальных деривата: *submarine* и *pre-dreadnought*.

В подвыборке опорных компонентов встречаем менее десятка композит. Выше уже упоминались опорные компоненты *ice-breaker*, *mine-sweeper*, *pipe-layer*, *stern-wheeler* и *tweendecker*. Как видим, они образованы формантом *-er* от композитной основы, т. е. словообразовательный процесс охватывает и словосложение, и деривацию.

Вместе с тем среди опорных компонентов наблюдаем несколько случаев чистого словосложения, “цельнооформленного соединения двух и более морфем, выступающих в качестве корневых в отдельных словах” [1, с. 426]: *hydrofoil*, *hydroplane*, *man-of-war*, *merchant-man*, *catamaran*. Последний к композитам относится только в плане этимологии, т. к. происходит от тамильского композита *kattumaram* = *kattu* – *to tie* + *maram* – *tree*, *log*.

Однако большинство опорных компонентов или универбов представляют собой одно- двусложные слова, совпадающие со свободной (не связан-

ной) корневой морфемой. Таковы все ядерные компоненты высокоактивной зоны: *boat*, *ship*, *vessel* и среднеактивной зоны: *craft*, некоторые низкоактивные компоненты: *launch*, *tug* и очень многие универбы (естественно, непродуктивные): *ark*, *canoe*, *dinghy*, *galley*, *gig*, *punt*, *scow*, *skiff*, *smack*, *yawl*, *yacht* и др.

Обратим внимание на то, что подобные слова сосредоточены на противоположных концах оппозитивной шкалы активности: высокопродуктивные VS непродуктивные единицы. В первом случае морфологическая простота опорного компонента сочетается с наиболее генерализованной семантикой. Поэтому эти компоненты порождают огромное число поликомпонентных ЛЕ, номинирующих разнообразнейшие свойства и характеристики судов. Например, опорных компонента *ship*, *vessel* и *boat* реализуются в 566 ЛЕ-конституентах изучаемого ЛСП.

Во втором случае морфологически простые ЛЕ номинируют очень специфические объекты, о чем можно судить, исходя из их дефиниций. Например, *gig* [*a long light ship's boat, usu. reserved for the ship's captain*] – в семантике слова заложены, кроме общих сведений о том, что это водное транспортное средство (лодка), сведения о форме, строении (длинная, легкая), целевом предназначении (зарезервирована для капитана корабля) и месте дислокации (на борту судна) данного плавсредства. ЛЕ *punt* [*flat-bottomed boat for river work or for maintenance work near the waterline on ships*] номинирует водное транспортное средство (лодка) с определенной формой корпуса (плоское дно), предназначенное для вспомогательных целей – выполнения работ (ремонтных) в определенном месте (на реке или у борта судна на уровне его ватерлинии). ЛЕ *scow* [*a flat-bottomed boat square shaped at both sides mostly used as a barge or a lighter*] номинирует следующую комбинацию семантических характеристик: плавсредство (лодка) с плоским дном и специфической формой носа и кормы (квадратной формы), используемое в качестве баржи или лихтера, т. е. для перевалки грузов.

Дробность, детальность семантической структуры подобных слов объясняет, почему они входят в зону универбов, непродуктивных компонентов, не сочетаются с уточняющими атрибутивами, функционируют в выборке по одному разу исключительно в виде изолированных однословных ЛЕ.

Как показывает вышеприведенный анализ, наши наблюдения представляют достаточный материал для выводов о когнитивной специфике такого феномена, как ЛСП “водное транспортное средство” в рамках профессиональной ЯКМ.

Перспективой дальнейшего исследования выступает анализ лингвокогнитивной структуры конститuentов ЛСП “водное транспортное средство” в профессиональной англоязычной картине мира, которую мы формируем как АРТЕФАКТНЫЙ КОНТЕЙНЕР, предназначенный для ПЕРЕДВИЖЕНИЯ по ВОДЕ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – Изд. 2. – М. : Сов. Энцикло-

педия, 1969. – 608 с. 2. Загребельная Н.В. Лексико-семантическое поле “водное транспортное средство” как фрагмент англоязычной наивной и профессиональной картины мира : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н.В. Загребельная. – О., 2012. – 194 с. 3. Загребельная Н.В. Водный транспорт в англоязычной профессиональной картине мира: лингвокогнитивный анализ / Н.В. Загребельная // Записки з романо-германської філології. – Вип. 27. – Одеса : КП ОМД, 2011. – С. 65–72. 4. Колшанский Г.В. Некоторые вопросы семантики языка в гносеологическом аспекте / Г.В. Колшанский // Принципы и методы семантических исследований. – М. : Наука, 1976. – С. 5–81. 5. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. 6. Ніколенко А.Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика / А.Г. Ніколенко. – Вінниця : Нова книга, 2007. – 528 с. 7. Новый большой англо-русский словарь : В 3 т. / Под общ. ред. Ю.Д. Апресяна, Э.М. Медниковой. – М. : Рус. яз., 2003. – 2483 с. 8. Biber D. et al. Longman Grammar of Spoken and Written English / Douglas Biber, Stig Johansson, Geoffrey Leech, Susan Conrad, Edward Finegan / Forword by K. Quirk. – Lnd. : Pearson Education Ltd, 1999. – 1204 p.

СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ОСНОВНІ ВЕКТОРИ

О.В. Косович, канд. філол. наук (Київ)

В статті розглядаються особливості розвитку лексичного складу французької мови початку ХХІ ст., зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на його зміни та модифікації. Підґрунтям наукової розвідки слугує аналіз неологізмів, зафіксованих словниками останнього десятиліття. Здійснене дослідження уможливило з'ясування того моменту, що поява нових слів шляхом запозичення та утворення лексем з допомогою власних мовних ресурсів, перерозподіл між різними регістрами мови, зміни семантичної структури слова вносять якісні та кількісні зміни до словникового складу французької мови.

Ключові слова: архаїзація, запозичення, неологізація, неологізми, словниковий склад мови, словотворення.

Косович О.В. Специфика развития словарного состава французского языка начала ХХІ столетия: основные векторы. В статье рассматриваются особенности развития лексического состава французского языка начала ХХІ в., внешние и внутренние факторы, влияющие на его изменения и модификации. Базой научного исследования является анализ неологизмов, зафиксированных словарями последнего десятилетия. Данные разыскания позволили выяснить, что появление новых слов путем заимствования и образования лексем с помощью собственных языковых ресурсов, перераспределение между различными регистрами языка, изменения семантической структуры слова вносят качественные, а также количественные изменения в словарный состав французского языка.

Ключевые слова: архаизация, заимствования, неологизация, неологизм, словарный состав языка, словообразование.

Kosovych O.V. Specificity of French language vocabulary development: the main trends. Modern French language vocabulary development peculiarities, external and internal factors that have influence on vocabulary changes and modification are considered in the article. The researches are based on analysis of neologisms registered in dictionaries of the last decade. The studying enables to clear up that new words appearance by the way of borrowings and lexemes by means of own language resources, redistribution between different registers of language, word semantic structure changes cause quantitative and qualitative changes of French language vocabulary.

Key words: archaization, borrowings, neologization, neologism, vocabulary, word formation.

Сучасна лінгвістика вважає мову складною динамічною системою, напрямки та характер еволюції якої підпорядковуються загальним законам діалектики. Найактивніше розвиток мови здійснюється в галузі лексики, що обумовлено низкою її особливостей у порівнянні з іншими мовними рівнями, зокрема, вищою мірою позамовного детермінування.

За всього розмаїття шляхів та форм зміни словникового складу мови як основний процес в розвитку лексики лінгвісти називають процес неологізації як такий, що відображає загальну мовну еволюцію.

Зміни у мові тісно пов'язані з трансформаціями в її лексичній системі, що є наслідком дії зовнішніх умов функціонування мови (мовна ситуація, мовна інтерференція, взаємовплив національних культур), так і з внутрілінгвістичними механізмами (аналогією, тенденціями до стислості висловлювання (економії мовленнєвих зусиль), прагненням до використання експресивно-емоційних засобів вираження, появою нових синтагматичних зв'язків слова,

логізації як такий, що відображає загальну мовну еволюцію.

які мають вплив на лексико-семантичні зміни тощо.

Словниковий склад французької мови є багатоплановою складною конструкцією. Його розвиток є закономірним. Мова містить значний відсоток стабільних елементів, і одночасно створює нові лексичні одиниці. Словникові зміни супроводжуються процесами уніфікації та диференціації, завдяки яким досягається стабільність словникового складу, певна послідовність його поновлення та збагачення. Стабільність лексичної системи реалізується та сприймається через дію певних умов, які отримали назву умов лінгвальної стабільності, зокрема, таких: 1) поступовий, ступеневий характер процесів словотворення, коли словотвірні інновації виникають поетапно відповідно до потреб узусу, а саме словотвірне гніздо перебуває у процесі формації тривалий час; 2) характер мовних контактів та неозапозичень, що регулюється; 3) семантична стійкість, чітка окресленість меж значень та відповідність мовної практики лексикографічним фіксаціям; 4) очевидний характер стилістичної стратифікації [5].

Показник стабільності лексичної системи на різних етапах мовного розвитку не є однаковим. На початку ХХІ століття для французької мови є характерний своєрідний “неологічний бум”: відзначаємо значну кількісну та певну якісну трансформацію словникового складу, гнучкість, демократизацію мовної норми. За даних умов виникає проблема введення до нормативних словників нових слів та значень, відновлених застарілих одиниць тощо.

Процеси перегрупування центральних та периферійних лексем відбуваються у мові постійно: нові та відроджені лексичні елементи поступово стають центральними, а певна кількість останніх переходить у периферію словника. Головна властивість мови пов'язана з постійною потребою поповнення її новими засобами, внаслідок чого система мови приймає лексичні неологізми на чітко визначені для них місця [1].

Зазначимо, що кожна мова вирізняється своєю специфікою, своїми характерними рисами, складо-

вими, проявою особливостей функціонування лексичних одиниць в залежності від соціальних умов.

Об'єктом дослідження є корпус неологізмів, зафіксованих словниками останнього десятиліття.

Предмет дослідження – словниковий склад мови, словникові зміни, певна послідовність його поновлення та збагачення, що детермінують розвиток лексико-семантичної системи французької мови.

Мета роботи – з'ясувати особливості розвитку лексичного складу французької мови початку ХХІ ст., виявити зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на його зміни та модифікації.

Матеріалом дослідження є сучасні масмедійні видання, головно он-лайнкові, що забезпечує оперативне та достовірне відображення процесів розвитку словникового складу французької мови, визначає цілеспрямовану демонстрацію власне мовних і позамовних чинників розвитку сучасної французької мови.

Актуальність дослідження обумовлюється необхідністю вивчення закономірностей процесів розвитку словникового складу з точки зору безперервного оновлення ціннісно-сислового простору французької мови; визначення дії мовних та позамовних чинників, що забезпечують оновлення мовної картини світу за рахунок появи неологізмів.

Зазначимо, що мова реагує на всі зміни, що відбуваються у суспільній та індивідуальній свідомості, та, відповідно, відображає їх. Соціальні чинники, які впливають на розвиток словникового складу, є розмаїтими: рівень виробництва та техніки, соціальна культура суспільства, активність політичних, економічних, науково-технічних, культурних контактів тощо. Наукові відкриття, наукова співпраця ведуть до інтернаціоналізації термінології, міжнародні контакти сприяють певній інтернаціоналізації словникового складу загалом. Взаємодія лексичних пластів розглядається у мовознавстві як процес інтеграції. Стрімке збільшення спеціальних термінів супроводжується їхнім інтенсивним проникненням до загальнолітературної мови. Соціально-політичні процеси останніх років зумовили численні мовні трансформації,

до того ж найактивніше нові форми суспільних відношень проявились в різних семантичних змінах.

Окрім того, в словниковому складі мови спостерігаємо тенденцію до ускладнення та збагачення. Кількісне збільшення словника не підлягає сумнівам (загалом, потрібно зазначити, що процеси архаїзації слів виражені слабше в порівнянні зі збагаченням лексики), ускладнюється його організація (склад лексико-семантичних груп, синонімічних, антонімічних, омонімічних), оскільки лексика стає різноманітнішою, посилюється міграція слів різних мовних реєстрів.

Саме розмаїття лексем породжує складність та мобільність відношень між ними у словниковому складі. Слова еволюціонують у різноманітних напрямках.

Лінгвісти розмежують чинники зовнішнього та внутрішнього розвитку словникового складу мови. Зовнішні чинники співвідносяться, насамперед, з його кількісним ростом. До них відносяться запозичення, словотворення, розширення словникового фонду за рахунок неологізмів, архаїзація лексики, фразеологізація тощо. Дана єдність сприяє не тільки виявленню структури словникового складу, але й зв'язку наступності між його різними станами на різних етапах розвитку мови, в якому органічно поєднуються мінливість, унікальність зі стійкими тенденціями, а також повторюваність певних явищ та процесів. Всі перелічені чинники діють в комплексі та перетинаються з внутрішніми, тому якісна трансформація словникового складу відбувається складним шляхом. Тенденції внутрішнього розвитку ґрунтуються на взаємодії лексичних пластів, переході слів з однієї частини мови в іншу, динаміку розвитку семантичної структури слова, диференціації варіантів слів, формальному та семантичному злитті слів, варіативності слова тощо.

Постійна взаємодія різних лексичних пластів обумовлена єдністю мовної системи і мовленнєвої діяльності.

Процеси міграції слів спричиняють суттєві зміни всередині словникового складу. Це позначається на структурі лексичних одиниць, на зміні їхніх

функцій у мові, на їхніх зв'язках, на складі груп, що входять в структуру лексичного складу. Таким чином, розвиток словникового складу відбувається нерівномірно та характеризується комплексом різних процесів.

Велике значення для появи неологізмів мають внутрішні процеси: виникнення метафоричних та метонімічних використань, зміна семантичної структури слова. Варто відзначити, що лексика в сучасний період піддається актуалізації, семантичним перетворенням, словотвірній активізації, стилістичним змінам, пов'язаним зі втратою стилістичного забарвлення одними і набуванням цього забарвлення іншими словами тощо. Як відомо, основні зміни в лексико-семантичній системі української мови на початку ХХІ ст. відбуваються трьома основними шляхами: 1) розширення словникового складу української мови за рахунок нових лексичних одиниць; 2) перерозподіл між різними угрупованнями всередині словникового складу, що склався; 3) зміни в плані змісту словесних знаків [3].

Аналіз фактичного матеріалу показує, що французька мова початку ХХІ століття розвивається за тими ж напрямками.

Процес розширення словникового складу мови за рахунок нових лексичних одиниць здійснюється двома шляхами: 1) через поповнення словника новими іншомовними одиницями; 2) через утворення неологізмів з власних мовних ресурсів.

Запозичення у своїй більшості представлені англіцизмами: **audioblogging** (“*manifeste de l'audioblogging*”), **biohacking** (“*exploration du décodage du génome humain, avant la biologie synthétique avec les doigts, comme nous avons exploré l'informatique avec des lignes de code*”), **blook** (“*un livre réalisé à partir du contenu d'un blog ou un livre publié sur un blog*”), **facebookable** (“*un contenu digne d'être publié sur facebook, susceptible de susciter l'intérêt des internautes qui pourront "liker" ou commenter sur le réseau*”), **buzz marketing** (“*technique marketing consistant à faire du bruit autour d'un nouveau produit ou d'une offre*”), **fast casual** (“*concept de fast-food haut de*

gamme, crédibilise son engagement nutritionnel en s'appuyant sur la caution d'un professionnel de santé). Зустрічаються запозичення з іспанської мови: **guérillero m jardinier** (*guérillero de jardinage*) (“*partisan-jardinier*”), **caracoler** (“*effectuer des caracoles, pour un cheval; évoluer avec vivacité et facilité; prendre une position prédominante, très au-delà des concurrents*”), з італійської: **barista m** (“*celui qui a acquis un certain niveau de compétence dans la préparation de boissons au café à base d'expresso*”), **fascisme** (“*un mouvement politique italien apparu en 1919*”), **aggiornamento** (“*un terme italien signifiant littéralement mise à jour*”). Необхідною передумовою для мовного запозичення є існування контактів між народами-носіями мов. На сучасному етапі, завдяки технічним винаходам, новітнім технологіям можливості контактів між різними країнами надзвичайно збільшилися. Іншомовні слова проникають особливо активно з допомогою ЗМІ: “*Le nouveau luxe, c'est... la révolution à table. Le nouveau luxe, vaste programme comme dirait De Gaulle... En 2010, la politesse a pris un tour facebookien. Tout le monde s'embrasse, tout le monde se déclare, "bisous" ponctuent chaque fin de conversation, l'adulcescence s'est emparée de nous...*” [14]; *La Fouine*: “*Les **clashes**, ça peut mal se terminer*”. *Ces **clashes** à répétition avec Booba, c'est un peu ridicule, non? La Fouine. On est des cons, des bouffons, on donne une mauvaise image de la banlieue, des jeunes des quartiers. Je suis pressé que ça s'arrête*” [14]; “*En fin de journée, deux enseignantes des lycées Bon secours et Sainte-Louise de Marillac ont présenté la **flashmob** de la fraternité avec près de 200 personnes sur la musique des Black eyed peas, I gotta feeling, au pied du Castillet. Ce samedi à 15 h 45, une célébration d'envoi pour Diacona Lourdes était célébrée par Monseigneur Marceau. Les pulerins se verront confier le Livre des merveilles et des fragilités pour Lourdes*” [12].

Все це пояснює наплив великої кількості іншомовних слів у французьку мову за останнє десятиліття. Запозичення найчастіше використо-

вуються для позначення нових понять, явищ, реалій: **web services m pl** (“*services en ligne, par Internet*”), **tumblelog m** (“*variante du blog*”), **tribal-surfer m** (“*qui trouve dans Internet sa tribu et le moyen idéal de tisser un réseau relationnel, sans se soucier de la classe sociale, de la langue ou de la race*”). Найчисленнішу групу складають іншомовні слова, які використовуються для позначення відомих явищ чи реалій, але які не мали у французькій мові однослівних найменувань, наприклад: *un crash d'avion* замість (“*un avion s'est écrasé*”); *une vamp* (“*femme fatale*”), *un campus universitaire* (“*ensemble universitaire situé en dehors de la ville, regroupant des salles de cours, des résidences, des parcs*”), *un boom* (“*développement rapide et soudain d'un événement*”), *le baby boom* (“*le boom des naissances*”). Такі лексичні інновації вважаються не тільки короткими, але й експресивними. Використання деяких запозичень є певною мірою проявом модернізму: **loser m** (“*personne qui accumule les mauvaises expériences, un perdant*”), **nerd m** (“*une personne à la fois socialement handicapée et passionnée par des sujets liés à la science et aux techniques*”). Неолексема **globish** (*anglais décaféiné*) часто вживається в сучасній пресі: “*Parlez-vous le globish? Avec un vocabulaire d'à peine 1 500 mots, le “**globish**”, ou “anglais décaféiné”, est devenu la langue véhiculaire planétaire. Dans The Guardian, l'écrivain Robert McCrum analyse l'avènement de ce nouveau dialecte du XXIe siècle*” [10]; “*Parlera-t-on encore Anglais dans cinq ans? C'est la question bien plus ennuyeuse que je me poserais. Le quart de la population mondiale, les revues internationales, les informations, et tout? C'est vrai. C'est même ma langue de travail ordinaire. Ce qui est certain, c'est que ce n'est pas de l'anglais. On l'appelait il a peu le **Globish**. C'était assez juste: langue globale, avec des concepts simplifiés, du genre binaire*” [10]; “*La France à l'heure du “globish”. L'anglais représente au moins 90% de l'enseignement des langues en entreprise, comme l'a montré le récent salon Expolangues 2011 de Paris. Le “globish”, dénominateur commun de la mondialisation?*” [15].

Менш численнішу групу складають запозичення, які мають у французькій мові синоніми-дублети: *un spectacle en solo (one-man-show)*, *un mécène (sponsor)*, *une réunion bilan (debriefing)*, *un buffet matinal (brunch)*, *un bar à volonté (open-bar)*, *un gratin mondain (jet set)* [16].

Посилення взаємодії мов в умовах зростаючої ролі культурних та економічних зв'язків між народами призводить до утворення особливого фонду інтернаціональних слів [6, с. 30–36].

Безумовно, значно інтенсивнішими темпами відбувається процес розширення словникового складу французької мови за рахунок неологізмів, створених з власних мовних ресурсів. Як відомо, французька мова володіє розвинутою словотвірною системою.

Особливості та специфіку словотвірної системи сучасної французької мови складають численні словотвірні ряди. Теорія словотвірних рядів, розроблена в романістиці Н.О. Катагощиною [2], дала розвиток словотвірній валентності, словотвірному аналізу і синтезу І.О. Цибової [7], що стало основою для сучасних досліджень в галузі словотворення.

Найпродуктивнішими словотвірними процесами в сучасній французькій мові, на думку романістів [6–9], вважаються: 1. Суфіксація. На сучасному етапі розвитку французької мови серед суфіксів, які активно сприяють утворенню нових слів, виділимо такі, як *-tion*, *-iser*, *-erie*, *-isme*, *-iste* та інш.; напр.: *confessionnalisation (fait de confessionnaliser, de donner un caractère confessionnel à quelque chose)*; *ethneciser (donner, attribuer un caractère ethnique ; interpréter un fait, un événement sous un angle ethnique)*, *flexitarisme (alimentation qui fait la part belle aux végétaux, aux légumineuses et aux céréales)*, *hyperbolisme (emploi abusif de l'hyperbole)*, *libertarianisme (doctrine politique prônant un libéralisme jusnaturaliste, posant la liberté individuelle et le principe de non-agression comme principes moraux fondamentaux du droit nature)*, *hospitaliste (médecin qui se spécialise ou se concentre sur la médecine hospitalière)*, *guérillériste (activiste d'une*

guérilla), *saladerie (“service de restauration rapide proposant salades, sandwichs, boissons à consommer sur place ou à emporter”)*. Суфікси *-ien*, *-iste*, *-esque (libertarien, hoministe, bloguesque)* І.Ю. Чернишова виокремлює як найпродуктивніші в утворенні суфіксальних прикметників [8, с.127]. 2. Префіксація. Аналіз префіксальних новотворів показує, що найпродуктивнішими префіксами є: *cyber-*, *hyper-*, *multi-*, *bio-* та інш.: *cyberespionnage*, *hyperterrorisme*, *multilocalité*, *bioproduction*. Префіксальні утворення в сучасній французькій мові детально розглядаються в статті Щербакіної І.Г. [9, с.170–173]. 3. Парасинтез: *hyperconsommation (une consommation excessive)*, *coéducation (éducation en commun)*, *multi-équipement (plusieurs télévisions pour un même foyer)*, *rebilanter (refaire le bilan médical d'un patient)*. 4. Увічення: *prolo = prolétaire*, *apéro = apératif*, *pub=publicité*. 5. Скорочення: *MIPS (million d'instructions par seconde)*, *VPC (vente par correspondance)*. 6. Словоскладення: *mégalo-métropole*, *magnéto-laserothérapie*, *cinéma-thérapie*, *ego-cuisine*. 7. Телескопія: *globésité (globe + obésité)(obésité globale)*, *glamour (mélange de glamour et d'humour)*, *Grexit (mélange de Grèce + exit)*, *gréviculteur (adepte de la culture de la grève, qui fait la grève pour la grève)*.

Перерозподіл між різними підсистемами всередині лексичної системи сучасної французької мови реалізується, головню, у вигляді двох лексико-семантичних процесів: між лексикою активного та пасивного запасів і між лексикою обмеженого вжитку та загальноновживаною.

Щодо процесів переходу лексичних одиниць з активного в пасивний запас, то вони відбуваються повільно, слова та значення зникають разом з реаліями, які вони позначали, як, наприклад, *chef* в значенні “*tête*”, *gens* в значенні “*domestiques*”, або вони стають маловживаними та, зрештою, виходять з загальнонорозмовної мови під впливом нових слів, наприклад: “*Les feuilles vont choir. Je n'ai pas eu l'heure de lui plaire*” [17, с.50].

Протилежний за дією процес – перехід з пасивного в активний запас – менш характерний

для французької мови. Проте, скажімо, сьогодні у французькій пресі все частіше зустрічається слово *moult* (*moultes, moulte, moults et moult*) в значенні “*beaucoup de, plusieurs*”, яке з’явилося у мові в X столітті, і вийшло зі вжитку в XVI ст.: “*Après moult essais, c’est décidé, je reprends le sport ... un jour (zumba, step, danse, gym). J’ai déjà fait du sport en salle dans ma vie. Je sais, après trois enfants cela ne se voit pas, il me reste quelques kilos à perdre*” [11].

Стосовно словесних одиниць, то вони перерозподіляються між лексикою обмеженого вжитку та лексикою загальноновживаною за рахунок переходу до класу загальноновживаних слів, слів-термінів, що раніше відносилися до книжного різновиду літературної мови (*portail, clé USB, microprocesseur, grippe H1N1* та інш.), а також – жаргонізмів, що представляють нелітературні форми існування національної мови (*footeux, ket, meuf*).

За міркуваннями деяких романістів, термінологія – особливий пласт лексики, що володіє подвійним зв’язком. Вона пов’язана не тільки з окремими спеціальними науками і техніками, але й входить до складу загальної мови та підкоряється її законам. Термінологія – це не ізольований, закритий пласт лексики. Це – відкрита система, що поповнюється за рахунок неологізмів і, яка знаходяться в постійній взаємодії з загальноновживаною лексикою [5, с. 50–57].

Зазначимо, що відмінною рисою сучасної мовної ситуації у Франції є підвищена частотність вживання у всіх сферах спілкування різних класів жаргонної лексики. Найзначнішу частину складають словесні одиниці молодіжного жаргону.

З появою Інтернету, електронного листування, sms-повідомлень, молодіжне мовлення проникає в письмове мовлення. Під впливом реклами, яка для приваблення уваги споживачів прагне використовувати найяскравіші та найекспресивніші мовні засоби, і преси, величезна кількість розмовних та жаргонних слів усталилась у мові та ввійшла до словників [4, с. 267].

Третій напрямок в розвитку лексико-семантичної системи французької мови початку XXI ст. сто-

сується зміни змісту словесних знаків, які можуть зачіпати семантичну структуру слова загалом або структуру окремого значення.

Стосовно семантичної структури слова, то зміни в плані змісту проявляються найчастіше як процеси семантичної реструктуризації, тобто зміни ієрархії значень в семантичній структурі слова, а також як процеси семантичної деривації, пов’язані з появою нових лексико-семантичних варіантів відомих у мові слів [3, с. 22].

Таким чином, зміни, що відбуваються в лексичній системі французької мови, мають як кількісний, так і якісний характер. Кількісні зміни пов’язані з розширенням лексичного складу за рахунок утворення неологізмів з власних мовних ресурсів та поповнення французької мови запозиченнями. Якісні зміни пов’язані зі зміною змісту лексичних одиниць.

Процеси перерозподілу між активним та пасивним запасом, між лексикою обмеженого вжитку і лексикою загальноновживаною не можуть бути однозначно віднесеними до класу якісних чи кількісних змін. Слова в таких випадках залишаються в межах лексичного складу французької мови і тільки змінюють структуру семантики чи певні стилістичні характеристики, що підтверджує тезу про віднесення даних процесів до класу якісно-кількісних.

ЛІТЕРАТУРА

1. Жайворонко В.В. Лексична підсистема мови і значення мовних одиниць / В.В. Жайворок. – Мовознавство. – № 6. – 1999. – С. 32–46.
2. Катагощина Н.А. Как образуются слова во французском языке / Н.А. Катагощина. – М. : КомКнига, 2006. – 112 с.
3. Клименко Н.Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі : монографія / Н.Ф. Клименко, Є.А. Карпіловська, Л.П. Кислюк. – К. : Вид. дім Дмитра Бурого, 2008. – 335 с.
4. Кривоносова И.В. Причины возникновения новых номинаций во французском языке и роль прессы и рекламы в данном процессе / И.В. Кривоносова // Романские языки в эпоху глобализации: лингвистический и социолингвистический аспекты. – М. : ООО “Диона”, 2010. – С. 266–270.
5. Складарская Г.Н. Слово о меняющемся мире: русский язык начала XXI столетия: состоя-

ние, проблемы, перспективы / Г.Н.Скляревская // Исследования по славянским языкам. – Сеул : 2001, № 6. – С. 177–202. 6. Скуратов И.В. Типологическая характеристика неологизмов в современном разговорном и деловом французском языке: лингвистический и социолингвистический аспекты / И.В. Скуратов. – М. : МГОУ, 2006. – 273 с. 7. Цыбова И.А. Словообразование в современном французском языке / И.А. Цыбова. – М. : Высш. шк., 2008. – 128 с. 8. Чернышова И.Ю. Образование суффиксальных имен прилагательных от имен собственных и их соотношение с предложными существительными (на материале французской прессы) / И.Ю. Чернышева // Функциональный анализ языковых единиц в романских языках : межвуз. сб. научн. тр. – М. : Изд-во МГОУ, 2009. – С. 116–127. 9. Щербакова И.Г. Префиксальные образования в современном французском языке (на материале компьютерной лексики) / И.Г. Щербакова // Вестник МГОУ. Серия “Лингвистика”. – № 3. – М. : Изд-во МГОУ, 2010. – С. 170–173.

ДЖЕРЕЛА**ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

10. Le Figaro, le 02 avril 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://les27.blog.lemonde.fr/2010/04/02/parlez-vous-le-globlish/>. 11. Hellocoton.com, le 8 octobre 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hellocoton.fr/to/qBFL#http://fashion.maman.over-blog.com/article-apres-moult-essais-c-est-decide-je-reprends-le-sport-un-jour-zumba-step-danse-gym-mon-arti-111003025.html>. 12. L'Indépendant, le 17 Mars 2013. 13. Le nouveau Petit Robert 2009. Dictionnaire multimédia. [Електронний ресурс]. CD-ROM PC. 14. Le Parisien, le 06.12.2010; le 04.02.2013. 15. Stratégies, le 24/02/2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.strategies.fr/emploi-formation/management/155592W/la-france-a-l-heure-du-globish.html>. 16. Topito.com. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.topito.com/top-anglicismes-francais-has-been>. 17. Vocabulaire Le Robert et Nathan. – Edition Nathan, 2006. – 254 p.

УДК 811.112.2'373

НІМЕЦЬКИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ТА ЙОГО ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Л.Я. Левицька, канд. пед. наук (Дрогобич)

І.С. Микитка (Львів)

Статтю присвячено вивченню лексико-семантичних аспектів німецького молодіжного сленгу на матеріалах словників, Інтернет-форумів та чатів. Наведено визначення сленгу, проаналізовано основні особливості мовної картини світу молоді, розглянуто метафоричне та метонімічне переосмислення найменувань. Встановлено особливості системної організації сленгової лексики.

Ключові слова: асоціації, лексика, лексико-семантична система, мовна картина світу, молодіжний сленг, регіональні варіанти сленгової лексики.

Левицькая Л.Я., Микитка И.С. Немецкий молодёжный сленг и его лексико-семантические особенности. Стаття посвящена изучению лексико-семантических аспектов немецкого молодёжного сленга на материалах словарей, Интернет-форумов и чатов. Приведено определение сленга, проанализированы основные особенности языковой картины мира молодежи, рассмотрено метафорическое и метонимическое переосмысление наименований. Установлены особенности системной организации сленговой лексики.

Ключевые слова: ассоциации, лексика, лексико-семантическая система, молодёжный сленг, региональные варианты сленговой лексики, языковая картина мира.

Levytska L.Ya., Mykytka I.S. German youth slang and its lexical – semantic features. The article deals with to the study of lexical – semantic features of German youth slang based on the materials of dictionaries of German youth slang, Internet-chats and forums. The paper aims to define the notion of youth slang, its main characteristics and features. The work highlights the special features of the language picture of the world of young generation, metaphor and metonymy reinterpretation of nominations. The main features of lexical-semantic system are determined in the paper.

Key words: youth slang, vocabulary, language picture of the world, associations, lexical – semantic system, regional varieties of slang.

У сучасній лінгвістичній науці тривають дискусії про різні методи дослідження молодіжної мови, про те, до якої лінгвістичної категорії її слід віднести, про функції, які вона виконує, і навіть про те, чи існує вона як цілісне явище, тобто чи потрібне узагальнююче визначення *Jugendsprache* взагалі.

Увага дослідників до цього явища пояснюється, передусім, тим, що молодіжна лексика має свої, не характерні для літературної мови особливості, а також тим, що здійснює вплив на розмовну мову, а отже, на загальномовний стандарт. Лексика німецької молоді за останні десятиліття стала предметом ретельного та всестороннього вивчення у зарубіжній та вітчизняній лінгвістиці (Н. Henne,

М. Heinemann, Н. Ehmann, Е.Береговська, В. Девкін, А. Домашнев, Е. Коломієць та ін.).

І хоча молодіжна мова часто (кожні 2–3 роки) суттєво оновлюється, вона не втрачає своїх загальних характерних рис – яскраву образність, підвищену виразність та експресивність з великою кількістю слів, що підсилюють основне значення, а також спрощену побудову фраз.

Актуальність вивчення німецького молодіжного сленгу зумовлена швидкою змінюваністю лексичного складу молодіжного сленгу, який на кожному етапі свого розвитку потребує нових досліджень, а також поглибленням міжнародних культурних та освітніх зв'язків у результаті Болонського процесу.

© Левицька Л.Я., Микитка І.С., 2013

Об'єктом даного дослідження є німецький молодіжний сленг кінця ХХ ст. – початку ХХІ ст.

Предметом аналізу є лексико-семантичні особливості сучасного німецького молодіжного сленгу.

Лексикон сучасної молоді змінюється так швидко, як і все, що пов'язане з її життям. Нові молодіжні сленгізми швидко досягають піку популярності та рекурентності не тільки у внутрішньо групових мовних контактах. Часто їхню популярність зумовлює вихід у сферу міжгрупової та загальносоціальної комунікації. Проте ця популярність так само швидко спадає, новизна та актуальність образного висловлювання щезає, а багато сленгізмів продовжують жити лише у спеціальних словниках.

Мета цієї роботи полягає у визначенні поняття “молодіжний сленг”, дослідженні його лексико-семантичних особливостей, а також специфіки його використання.

Матеріал дослідження склали словники та енциклопедії молодіжної мови, матеріали Інтернет-форумів та чатів, реклами.

Молодіжна мова (сленг) трактується як соціальний діалект молодих людей, який виникає з протиставлення себе не стільки старшому поколінню, скільки системі. Головним мотивом у використанні молодіжної мови є потреба молоді у самостверженні і самоідентифікації. Вчені зазначають, що політичне й економічне життя країни, як у дзеркалі, відображається в лінгвістиці. Саме гострі соціальні проблеми знаходять відгук у молодіжній мові з багатим стилістично забарвленим словником.

Під терміном сленг Хомяков В.А. у своїй праці “Три лекції про сленг” розуміє “особливий периферійний пласт нелітературної лексики і фразеології” [7, с. 8], при цьому він вводить два поняття: загальний сленг та спеціальний.

На думку вченого, “загальний сленг – це відносно стійкий для певного періоду, широко розповсюджений і загальнозрозумілий шар нелітературної лексики і фразеології в середовищі живої розмовної мови (інколи з фонетичними, морфологічними і синтаксичними особливостями), достатньо неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем

наближення до літературної мови, який має яскраво виражений емоційно-експресивний оціночний характер, що часто є протестом-насмішкою проти соціальних, етичних, естетичних, мовних та інших умовностей та авторитетів” [7, с. 8]. Спеціальний сленг, за визначенням В.А. Хомякова, – це специфічна лексика і фразеологія соціальних жаргонів і арго кримінального світу.

Береговська Е.М. стверджує, що молодіжний сленг є найцікавішим лінгвістичним феноменом, існування якого обмежене не лише певними віковими рамками, як це зрозуміло з його номінації, але й соціальними, часовими та просторовими рамками. Він побутує у середовищі міської молоді – в окремих більше чи менше замкнених референтних групах [1, с. 32–41].

Найважливішою особливістю молодіжної мовної культури є широке розповсюдження сленгу, який виникає як протест проти словесних штампів, одноманітності повсякденної мови, і, зрештою, просто прагненням до елітарності в тексті, бажання сказати гостре слівце, виділитися, бути оригінальним, що властиво молоді у всі часи.

Використовуючи сленг, молодь хоче висловити своє критичне, іронічне ставлення до цінностей старшого покоління, виявити свою незалежність, самоутвердитися, завоювати популярність у своєму середовищі, а також, виділитися з натовпу особливою “модною мовою”. Загальновідомим є те, що молодь прагне до самовираження за допомогою зовнішнього вигляду, способу проведення дозвілля, захопленням графіті, хіп-хопом тощо. Сленг – це також один із способів самовираження молодих людей, а також спосіб приховати зміст сказаного від навколишніх, тобто це їхня прихована, зашифрована, таємна мова. Молодіжний сленг – це пароль усіх членів референтної групи [1, с. 32–41]. Їхній словесний репертуар відрізняється від загальноприйнятого наявністю типових слів та висловів, які регулярно використовуються молоддю навчального закладу, кварталу, міста, та які стали до певної міри “візитними картками” молодіжної культури.

На думку Домашнєва А.І., характерною рисою сленгу є клішеподібна описовість поняття, яскрава

наочність предмету чи події, жартівливо-іронічне перебільшення та ефект несподіваності образу порівняння. Такі мовні явища завжди існували в усній німецькій мові, і лише під впливом англійського терміну почали називатися словом “сленг”.

Учений зазначає, що в основі таких молодіжних висловлювань лежить гротескне перебільшення, ризикований жарт, який балансує на межі розкутості та, за своєю естетичною сутністю, вони не заслуговують схвалення і не є безпечними для виховання високої мовної культури [3, с. 26].

За твердженням Домашнєва А.І., “Сленг – це лексична група, що відноситься до сфери нестандартних елементів мови, оскільки його складові завжди стилістично марковані, тому що мають яскраво виражену експресивну забарвленість, а також соціально детерміновані, оскільки здебільшого характерні для деяких соціально-демографічних груп носіїв мови ...” [3, с. 28].

На думку лінгвіста Коломійця Є.А., “молодіжна мова є еліптичною: молоді люди, як правило, не вживають “зайвих” слів, що не мають суб’єктивної значимості. В їхній мові можна знайти немало прикладів натяків та недомовок. Основою побудови семантико-синтаксичної схеми висловлювання у молодіжній мові (як і у розмовній) є дієслово. Проте синтаксична будова висловлювань в усному мовленні представників молодіжних груп синтаксично спрощена до простого двоскладового чи односкладового речення” [4, с. 6].

Одночасно в лексичі, завдяки переважаючій актуалізації засобів суб’єктивної оцінки, присутні засоби інтенсифікації – тут панує гіпербола. Не менш розповсюдженими є метафора та метонімія, які сприяють ефективності мовного впливу. Вплив на отримувача інформації є більш ефективним за рахунок використання образних висловів, які в молодіжному жаргоні є завжди свіжими, несподіваними, гумористичними, здебільшого дещо грубими, а іноді парадоксальними. Важливо відзначити, що у молодіжному лексиконі використовується переважно стилістично знижена лексика, а також вульгаризми та дисфемізми (*der alte Furzer, das Bellenschwein, der Arschloch, der Nabelküssler, der Brodler im Büro*).

Вищенаведені дефініції терміну “молодіжний сленг”, дозволяють стверджувати, що сленг – це: 1) різновид мови, який вживається переважно в усному спілкуванні окремої соціальної групи, яка об’єднує людей за віковою ознакою; 2) частина розмовної лексики, що відображає грубувато-фамільярне, інколи гумористичне ставлення до предмету висловлювання. Позаяк, ставши загальноживаними, ці слова часто зберігають емоційно-оціночний характер. Елементи сленгу або швидко виходять зі вжитку, або входять у склад літературної мови, спричиняючи при цьому виникнення не суттєвих стилістичних і семантичних відмінностей.

Досліджуючи феномен молодіжного сленгу у німецькій мові, варто, на нашу думку, звернути увагу на його лексико-семантичні особливості.

Німецький молодіжний сленг є дуже цікавим лінгвістичним феноменом, який обмежено не лише віковими, а й соціальними, часовими рамками та навіть територіальними кордонами. Він функціонує зазвичай у середовищі учнів, студентів та міської молоді.

Досліджувана лексика є складовою лексико-семантичної системи мови. Слід зауважити, що сленгові лексеми, для яких характерна підвищена експресивність та нормативна зниженість, відображають асоціативно-образне уявлення молоді про навколишній світ. Власне картина світу молоді генерції проявляється у сукупності значень слів, через які дублюються та модифікуються загальновідомі поняття.

Слово, як основний об’єкт лексико-семантичної системи мови, організовує свій зміст за трьома структурними напрямками: парадигматичним, синтагматичним та епідигматичним. Парадигматична вісь утворює лексико-семантичні поля, синтагматична виявляється у лінійних, контекстових зв’язках слова, а епідигматична базується на асоціативних зв’язках та образності людського мислення [6, с. 144].

Сленгізми формують різнопланові лексико-семантичні поля. Зауважимо, що найкількіснішим є лексико-семантичне поле на позначення людини.

До даного поля входять наступні лексико-семантичні групи – назви людини за віком, за соціальним становищем, за зовнішніми даними, за професійною приналежністю тощо. Досліджено, що найбільшою є група на позначення осіб з обмеженими розумовими здібностями (die Rübenase, der Bodenturner, der Toilettentieftaucher, die Vollsocke, der Gipskopf, der Nixchecker, Spacko, Kniffel) [2; 4; 9; 10; 11; 12].

Незважаючи на те, що подані одиниці лексико-семантичної групи перебувають між собою у синонімічних зв'язках, вони мають різний ступінь негативної оцінки. Схоже явище ми спостерігаємо також у лексемах на позначення надто балакучої людини (die Labertasche, der Labersack, die Plappertasche, der Laberer, der Verbalonantist).

До синонімічних рядів молодіжного сленгу належать стійкі словосполучення (nicht Bohne schnallen, keine Sau checken), територіально-обмежені лексеми (Dieser Fischkopf hat nichts behalten), запозичення з інших мов (Star-Model, Star-Fotograf, Star-Visagistin, Star-Architekt, Cabaret-Star, die Aromastars, Pultstar, Partyparasit, Checker, Sympatiko, Brutalo, Kritikalo).

Крім синонімічності до парадигматичних зв'язків належать також і полярні відношення. Для протиставлення позначення людини з обмеженими розумовими здібностями існують номінації розумної людини (Raffi, Blitzbirne, Superbirne, Denkmeister, Easyman).

Людські асоціації є основою епідигматичного напрямку. Уявлення, яке з'являється у свідомості одного учасника комунікації, викликає інше – подібне, суміжне або протилежне уявлення. Відтак у молодіжному слензі слова набувають нових змістових відтінків, що виражається у перенесенні найменувань. Як наслідок метафоричного перенесення найменувань у мові виникли наступні назви для позначення дурня: Schatten (перенесення значення “темноти” на людину), Torf (метонімічне перенесення значення “горщик” на людину), Evolutionsbremse, Gebremster (метонімічне перенесення значення “гальма” на людину).

Ми вважаємо, що в той час, як літературна мова характеризується певною стриманістю, відчуттям

міри, молодіжний сленг приваблює креативністю та гумором. Оригінальність та новизна є обов'язковими атрибутами молодіжного сленгу, а відтак, експресивність є імпліцитною ознакою лексичної одиниці (Zitterknochen, Zitterrüssel – боягуз).

Наявність у молодіжній мові метафор та метонімії пояснюється тяжінням до експресивності та прагненням до конкретних образів. Так, голова der Kopf у молодіжному слензі замінюється предметами з рослинного світу (die Tomate, der Kürbis, die Melone, die Rübe), які візуально нагадують форму голови.

Часто слова та вирази мають яскраво виражене зневажливе забарвлення (die Tussie, die Trulla, die Zicke – дурна дівчина; die Eule, der Besen, die Gans, die Schraube – некрасива дівчина). Щоб образити та принизити своїх ровесників та оточення, молоді люди використовують такі сленгізми, які відносяться до:

- зовнішності людини (der Kurze, der Nabelküsser – юнак невисокого зросту; der Pelzlümmel – юнак з довгим волоссям; der Stopfer, die Tonne – товстий чоловік, die Brillenschlange – людина в окулярах; die Schrumpelrose – стара жінка);
- рис характеру (der Schlaffi – лінивий хлопець, der Warmduscher, der Schmachti – чуйний чоловік, der Eisbeutel – черствий чоловік, der Kühlturm – холоднокровний чоловік);
- інтелектуальних здібностей (der Denkwerg, der Diddl – дурень);
- поведінки та особистого життя (der Süffel, Diplom-Alker – алкоголік);
- професій (der Bulle – поліцейський, der Lappenwirt – банкір, der Giftmischer – лікар, аптекар, der Kopfgärtner, der Bartkratzer – перукар, der Ackerdesigner – фермер, селянин, der Mobby, der Katheder – вчитель) [9–12].

Асоціативні уявлення молоді виявляються і в складних словах, що складають значну частину її лексики. Так, у свідомості молоді характерними уявленнями про інтелектуальну нерозвиненість людини, її недосвідченість, найчастіше є числові, кольорові номінації, властивості окремих предметів, образи рослинного, тваринного світу тощо.

Зокрема, стереотипне уявлення молоді про невисокі інтелектуальні здібності людини відображають композити, утворені поєднанням числівника “нуль” (або заперечної частки “не”) та розмовного варіанту слів зі значенням “розуміти що-небудь”: Nullbocker, Nullchecker, Nullpeiler, Nichtsraller, Nichtsblicker, Nix/Nichtspuller. Виходячи зі значення конститuentів складних слів, розумові здібності такої особи є рівними нулю/нічому.

Загальновідомо, що стійку асоціацію з недовідченістю у німецькій мові, як і в багатьох інших, має зелений колір. Образ “зелені”, в свою чергу, включається у мотиваційну доміную “нерозвинений” [5, с. 63]. У німецькому молодіжному слензі з таким значенням використовуються композити, що мають у своєму складі компонент, співвідносний із зеленим кольором, – Grünschnabel, Grüner. Подібне значення має також запозичене – Greenhorn.

У молодіжній мові невисокі розумові здібності людини асоціюються також з характеристиками окремих матеріалів за ознакою твердості (тугодумства) – Gipskopf, або зі значенням слабкості – Schwachkopf, Schwachstrom.

Потрібно зауважити, що у підсистемі молодіжного сленгу мають також місце і асоціативно-дериваційні зв’язки за формою. Зокрема, лексеми “raffen”, “blicken” асоціюються з наступними номінаціями недалекої чи розумної людини (залежно від їх сполучуваності): raffen – Raffi – Raffzahn – Nichtsraffer; blicken – Nichts/Nixblicker – Durchblickologe – Durchblickologenverein.

У молодіжному слензі лексеми, які вступають у синтагматичні відношення, можуть докорінно змінювати своє значення. Наприклад, протилежні значення можуть мати лексеми Floppy, Kniffel, Blitzbirne, Superbirne, Vollampe, Raffi в залежності від їх лексичної сполучуваності. Так, слово “Floppy”, запозичене з комп’ютерного жаргону на позначення голови (за спільністю семи “властивість”), у виразі “nen Virus in der Floppy haben” вказує на невдачу мисленнєвих операцій, у сполученні з іншим прикметником – на наявність швидкої розумової реакції – flinke Floppy. Іменник “Kniffel”

у сполученні з позитивно забарвленим прикметником “klug” означає наявність високих розумових здібностей в людини, у сполученні з антонімічним прикметником – має відповідне негативне значення “doofer Kniffel”.

Завдяки лексичній сполучуваності сленгізмів не лише актуалізується значення тієї чи іншої лексичної одиниці, а й виявляються асоціації молоді. Зокрема, іменники молодіжного сленгу, сполучаючись із прикметником “letzt”, позначають відсутність розумових здібностей у людини, що автоматично ставить її у розряд “останніх”: “der letzte Heuler”, “der letzte Leo”.

Для позначень інтелектуально обмеженої людини типовим є використання мотиваційної доміную на позначення несправності приладу, що виявляється у сполучуваності слів на кшталт: Getriebeschaden (у виразі “einen Getriebeschaden haben”), ein Rad ab haben, Kurzschluß in der Lampe haben.

Для посилення характеристики відсутності розумових здібностей до деяких іменників на позначення дурня додається ще й прикметник “hohl”. Відтак ознака відсутності розумових здібностей набуває гіперболічного характеру – “hohler Trivialo”, “hohler Denkwerg”. Варто зазначити, що у сполученні з прикметником “hohl” можуть вживатись і інші номінації – “hohle Tussi”, “hohle Blondine”, що так само використовуються молоддю для характеристики відсутності інтелектуальних здібностей тієї чи іншої особи. Загальне значення нерозумної, “пустої” людини реалізується у сполученні слова “Birne” з прикметником “hohl”: eine hohle Birne. В мотиваційну доміную лексема “hohl” може включатись і у складних словах – Hohlkopf.

Таким чином, особливістю синтагматичних відношень, які реалізуються у лексико-семантичній підсистемі молодіжного сленгу, є змінюваність значення тієї чи іншої лексеми в залежності від сполучуваності з іншими словами. Завдяки сполучуваності сленгізмів не лише актуалізується значення тієї чи іншої лексичної одиниці, а й виявляються асоціації молоді, пов’язані з її уявленнями про світ,

що є також проявом епідигматичних відношень. Сленгові лексеми, в свою чергу, створюють семантичні об'єднання, що є виявом парадигматичних відношень.

Вищенаведене дозволяє стверджувати, що лексико-семантична система мови є синтезом основних смислових елементів та їх зв'язків. Молодіжна сленгова лексика є невід'ємною частиною лексико-семантичної системи мови і має власну структурну організацію. Таким чином, вивчення сленгу німецької молоді набуває щоразу більшої актуальності в умовах поглиблення міжнародних контактів, допомагає студентам краще опанувати особливості та своєрідність національної картини світу, зрозуміти національні особливості менталітету німецької молоді.

Перспективними напрямками у лінгвістичних розвідках даного явища є комплексні дослідження німецьких сленгізмів у порівнянні з українськими, а також більш детальні дослідження регіональних та гендерних аспектів використання німецького молодіжного сленгу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3. – С. 32–41.

2. Девкин В.Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики / В.Д. Девкин. – М. : ЭТС, 2002. – 408 с. 3. Домашнев А.И. Проблемы классификации немецких социолектов / А.И. Домашнев // Вопросы языкознания. – М., 2001. – № 2. – С. 127–139. 4. Коломиец Е.А. Русско-немецкий словарь современного молодежного жаргона: около 2000 выражений / Е.А. Коломиец. – М. : АСТ: Восток–Запад, 2005. – 326 с. 5. Леонтьева Т.В. Интеллект человека в “зеркале” растительных метафор / Т.В. Леонтьева // Вопросы языкознания, 2006. – № 5. – С. 57–77. 6. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К., 2006. – 716 с. 7. Хомяков В.А. Три лекции о сленге / В.А. Хомяков. – Вологда, 1970. – 65 с. 8. Христенко О.С. Німецький молодіжний сленг як вияв субкультури молоді / О.С. Христенко // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. праць. – К. : Вид.-полігр. центр “Київський університет”, 2008. – Вип. 24. – Ч. III. – С. 329–335. 9. Ehmann H. Affengeil: Ein Lexikon der Jugendsprache / H. Ehmann. – München : Verlag Beck C.H., 1994. – 156 S. 10. Ehmann H. Endgeil: Das voll korrekte Lexikon der Jugendsprache / H. Ehmann. – München : Verlag Beck C.H., 2005. – 180 S. 11. Kleine Enzyklopädie der deutschen Sprache / hrg. von Fleischer W., Helbig G., Lercher G. – Fr. am Main : Peter Lang, 2001. – 845 S. 12. Wörterbuch der Jugendsprache. Deutsch – Englisch – Französisch – Spanisch / hrg. von Blocksidge H., Krüger B. – Stuttgart : Ernst Klett Verlag, 2005. – 125 S.

УДК 811.111'37:621

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ МАЙНОВИХ ЗЛОЧИНІВ У ЮРИДИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Я.Ю. Манжос, канд. філол. наук (Харків)

У статті досліджено функціонування англomовних юридичних термінів на позначення майнових злочинів у юридичному дискурсі. Аналіз проведений відносно чотирьох лексико-семантичних груп (крадіжка, порушення володінь, нанесення шкоди майну та пограбування) включаючи як загальні так і регіональні терміни.

Ключові слова: лексико-семантична група, майновий злочин, функціонування, юридичний дискурс, юридичний термін.

Манжос Я. Ю. Функционирование юридических терминов, которые обозначают имущественные преступления, в юридическом дискурсе. В статье исследовано функционирование англоязычных юридических терминов, обозначающих имущественные преступления, в юридическом дискурсе. Анализ был проведен в отношении четырех лексико-семантических групп (кража, нанесение вреда имуществу, нарушение владений, ограбление) включая общие и региональные термины.

Ключевые слова: имущественное преступление, лексико-семантическая группа, функционирование, юридический дискурс, юридический термин.

Manzhos Y. Y. The functioning of legal terms denoting property crimes in legal discourse. The article presents the research of functioning of English legal terms denoting property crimes in legal discourse. The analysis has been carried out in four lexico-semantic groups (theft, trespass, criminal damage, robbery), including both general and regional terms.

Key words: functioning, legal discourse, legal term, lexico-semantic group, property crime.

Метою статті є дослідження функціонування термінів, що позначають майнові злочини, у юридичному дискурсі. Об'єктом аналізу виступають групи англomовних юридичних термінів (британських та американських) на позначення майнових злочинів. Ці групи охоплюють як загальні терміни (ті, що функціонують на усій території Великої Британії та США) так і регіональні одиниці (ті, що функціонують в окремих частинах Великої Британії та США). Предметом аналізу виступають функціональні особливості цих термінів.

Актуальність дослідження юридичних термінів обумовлена з одного боку тим, що юриспруденція відіграє значну роль й посідає особливе місце в житті сучасного суспільства в усіх розвинутих країнах [4, с. 1], з іншого – появою значної кількості нових злочинів, що було спричинено роз-

витком інформаційних технологій [2, с. 2004]. Юридичний дискурс як типове середовище реалізації термінів є неоднорідним [7; 6; 3], оскільки він, поперше, охоплює розумово-комунікативну діяльність правознавства і правозастосування (теорію та практику юриспруденції) [1, с. 27], а, по-друге, як і інші інституційні дискурси, представлений взаємодією агентів або агентів і клієнтів. Виходячи з цього, були виокремлені підтипи юридичного дискурсу – офіційно-діловий (ОДЮД), представлений текстами нормативно-правових документів, на основі яких здійснюється правосуддя; науковий та науковонавчальний (ННЮД), репрезентований науковими працями й навчальними посібниками з кримінології, призначеними розвивати / поширювати правове знання про злочин у фахових колах, та інформаційно-популярний (ПЮД), котрий матеріалізований

(в електронному вигляді) текстами, що юридичні компанії пропонують для ознайомлення усім зацікавленим особам, поширюючи у такий спосіб наукове знання про злочин за межі фахових кіл.

На попередніх етапах дослідження було виділено чотири лексико-семантичні групи термінів, на позначення майнових злочинів, а саме *крадіжка*, *порушення володінь*, *нанесення шкоди майну*, *пограбування* [5]. Аналіз функціонування термінів у різних підтипах юридичного дискурсу був проведений окремо по кожній лексико-семантичній групі.

Аналіз функціонування термінів лексико-семантичної групи *крадіжка* (*theft*) засвідчив, що з 401 одиниці в ОДЮД представлені 354 (88%). Абсолютна більшість з них, а саме 316, – це терміни-регіоналізми, наприклад: *theft of rental property*, *theft of subscription television services*, *theft of cable service*, *theft of cable television service*, *defrauding a creditor*. Решта термінів цієї групи, що функціонують в ОДЮД, а саме 38, є загальними, наприклад: *larceny*, *shoplifting*, *fraud*, *mail fraud*, *identity fraud*, *wire fraud*, *check fraud*.

У ННЮД було зареєстровано 102 одиниці (25%). Більшість з них, а саме 78, – це загальні терміни. До них відносяться, наприклад: *fraud*, *internet fraud*, *credit card fraud*, *mail fraud*, *wire fraud*, *check fraud*. Решта термінів групи *крадіжка*, що функціонують у ННЮД, а саме 24, є термінами-регіоналізмами, наприклад: *deception*, *theft in a dwelling*, *theft from outside a dwelling*, *theft of livestock*, *farm theft*.

В ІПЮД було зафіксовано 127 одиниць (32%). З них 61 – це загальні терміни, наприклад: *fraud*, *internet fraud*, *credit card fraud*, *mail fraud*, *wire*

fraud, *check fraud*, *computer fraud*, *identity fraud*. Решта термінів цієї лексико-семантичної групи, що були зареєстровані в ІПЮД, а саме 66, – це терміни-регіоналізми, наприклад: *fraud by failing to disclose information*, *fraud by abuse of position*, *fraud by false representation*, *serious and complex fraud*, *larceny by trick*.

Проведене дослідження встановило, що деякі терміни лексико-семантичної групи *крадіжка* вживаються водночас у декількох підтипах юридичного дискурсу. Так, термінів, що водночас вживаються в усіх *трьох* підтипах (ОДЮД, ННЮД та ІПЮД), виявилось 39 (10%), з них 33 – загальні, 6 – регіональні.

Термінів, що вживаються у *двох* підтипах юридичного дискурсу, було зафіксовано 100 (26%): водночас в ОДЮД та ННЮД було зареєстровано 16 термінів (4%), з них 3 є загальними, 13 – терміни-регіоналізми; одночасно представленими в ОДЮД та ІПЮД виявилось 58 термінів (15%), з них абсолютна більшість (56) є регіональними, решта (2) – загальні; термінів, що водночас вживаються в ННЮД та ІПЮД, було зафіксовано 26 (6%), усі вони є загальними.

Термінів, що використовуються лише в *одному* підтипі юридичного дискурсу, було зафіксовано 262 (65%): лише в ОДЮД було зареєстровано 241 термін (60%), усі вони є термінами-регіоналізмами; лише в ННЮД було зафіксовано 21 термін (5%), з них 16 – загальні та 5 – регіональні; термінів, що представлені лише в ІПЮД, зафіксовано не було. Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів лексико-семантичної групи *крадіжка* демонструє Таб. 1.

Таблиця 1

Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів ЛСГ *крадіжка*

| | тільки ОДЮД | тільки ННЮД | тільки ІПЮД | ОДЮД+ ННЮД | ОДЮД+ ІПЮД | ІПЮД+ ННЮД | ОДЮД+ ННЮД+ ІПЮД |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|
| Загальні 80 (100%) | 0 | 16 20% | 0 | 3 4% | 2 3% | 26 32% | 33 41% |
| Регіональні 321 (100%) | 241 75% | 5 2% | 0 | 13 4% | 56 17% | 0 | 6 2% |
| Разом 401 (100%) | 241 60% | 21 5% | 0 | 16 4% | 58 15% | 26 6% | 39 10% |

Аналіз функціонування термінів лексико-семантичної групи **порушення володінь** (*trespass*) засвідчив, що з 68 загальних та регіональних одиниць в ОДЮД представлені 62 (91%). Абсолютна більшість з них, а саме 58, – це терміни-регіоналізми, наприклад: *housebreaking with intent to steal, theft by opening lockfast places, simple burglary of a pharmacy, simple burglary of a religious building, criminal trespass to property*. Решта термінів цієї лексико-семантичної групи, що функціонують в ОДЮД, а саме 4, є загальними, наприклад: *trespass, burglary, residential burglary*.

У ННЮД було зареєстровано 14 термінів (21%). До них відносяться 7 загальних термінів: *trespass, burglary, commercial burglary, household burglary*, отже в ННЮД функціонують усі загальні терміни цієї групи. Зафіксованими в ННЮД виявилися також і 7 термінів-регіоналізмів, наприклад: *burglary with entry, burglary with loss, burglary with no loss (including attempts), theft by housebreaking*.

В ІПЮД було зафіксовано 17 термінів (25%), з них 5 – це загальні терміни, наприклад: *trespass, burglary, commercial burglary*, решта (12) – терміни-регіоналізми, наприклад: *criminal trespass to property, especially aggravated burglary, unauthorized entry of a dwelling during an*

emergency or disaster, burglary of a vehicle.

Деякі терміни групи **порушення володінь** вживаються водночас у декількох підтипах юридичного дискурсу. Так, термінів, що водночас вживаються в усіх *трьох* підтипах (ОДЮД, ННЮД та ІПЮД), виявилось 4 (6%), з них 3 – загальні, 1 – регіональний.

Термінів, що водночас вживаються у *двох* підтипах юридичного дискурсу, було зафіксовано 17 (25%): водночас у ОДЮД та ННЮД було зареєстровано 4 одиниці (6%), з них 1 є загальною, 3 – регіональні; водночас у ОДЮД та ІПЮД виявилось 11 термінів (16%), усі вони є термінами-регіоналізмами; водночас у ННЮД та ІПЮД було зафіксовано 2 терміни (3%), обидва є загальними.

Термінів, що використовуються лише в *одному* підтипі юридичного дискурсу, було зафіксовано 47 (69%): лише в ОДЮД виявилось 43 терміни (63%), усі вони є термінами-регіоналізмами; лише в ННЮД – 4 терміни (6%), з них 1 – загальний та 3 – регіональні; термінів, що представлені лише в ІПЮД, зареєстровано не було. Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів лексико-семантичної групи **порушення володінь** демонструє Таб. 2.

Таблиця 2

Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів ЛСГ порушення володінь

| Терміни та їх кількість | тільки ОДЮД | тільки ННЮД | тільки ІПЮД | ОДЮД+ НННЮД. | ОДЮД+ ІПЮД | ІПЮД+ НННЮД | ОДЮД+ НННЮД+ ІПЮД |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|-------------------|
| Загальні 7 (100%) | 0 | 1 14% | 0 | 1 14% | 0 | 2 29% | 3 43% |
| Регіональні 61 (100%) | 43 70% | 3 5% | 0 | 3 5% | 11 18% | 0 | 1 2% |
| Разом 68 (100%) | 43 63% | 4 6% | 0 | 4 6% | 11 16% | 2 3% | 4 6% |

Аналіз функціонування термінів лексико-семантичної групи **нанесення шкоди майну** (*criminal damage*) засвідчив, що з 106 загальних та регіональних одиниць в ОДЮД зареєстровано 102 (96%). Абсолютна більшість з них, а саме 93, – це терміни-регіоналізми, наприклад: *vending machine*

vandalism, cross or religious symbol burning, simple arson of a religious building, criminal damage of a landlord's property. В ОДЮД функціонують усі терміни-регіоналізми цієї групи. Решта термінів цієї групи, зареєстрованих в ОДЮД, а саме 9, є загальними, наприклад: *vandalism, arson, criminal*

damage, revenge-motivated arson, vandalism-motivated arson.

У ННЮД було зареєстровано 17 термінів на позначення нанесення шкоди майну (16%). До них відносяться 13 загальних термінів, наприклад: *vandalism, arson, criminal damage, revenge-motivated arson, vandalism-motivated arson.* Решта термінів лексико-семантичної групи *нанесення шкоди майну*, зафіксованих у ННЮД, а саме 4, є термінами-регіоналізмами, наприклад: *aggravated arson, residential arson, railroad vandalism.*

В ППЮД було зареєстровано 29 термінів ЛСГ *нанесення шкоди майну* (27%). З них 4 – це загальні терміни, наприклад: *vandalism, arson, criminal damage.* Решта термінів цієї групи, що функціонують в ППЮД, а саме 25, – є термінами-регіоналізмами, наприклад: *aggravated arson, railroad grade crossing device vandalism, vehicular vandalism, tampering with a consumer product, residential arson, arson of a structure or property.*

Термінів лексико-семантичної групи *нанесення*

шкоди майну, що водночас вживаються в усіх трьох підтипах (ОДЮД, ННЮД та ППЮД) виявилось 6 (6%), з них 3 – загальні, 3 – регіональні.

Термінів, що водночас вживаються у двох підтипах юридичного дискурсу, було зафіксовано 29 (28%): одночасно в ОДЮД та ННЮД було зафіксовано 7 термінів (6%), з них 6 є загальними, 1 – термін-регіоналізм; в ОДЮД та ППЮД було зафіксовано 22 терміни (21%), усі вони є термінами-регіоналізмами; термін, що представлений у ННЮД та ППЮД, виявився лише один (1%), він є загальним.

Термінів, що використовуються лише в одному підтипі юридичного дискурсу, було зафіксовано 47 (70%): лише в ОДЮД було зареєстровано 43 терміни (64%), усі вони є термінами-регіоналізмами; лише в ННЮД – 4 терміни (6%), усі вони загальні; термінів, що представлені лише в ППЮД, зафіксовано не було. Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів лексико-семантичної групи *нанесення шкоди майну* демонструють Таб. 3.

Таблиця 3

Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів ЛСГ *нанесення шкоди майну*

| Терміни та їх кількість | тільки ОДЮД | тільки ННЮД | тільки ППЮД | ОДЮД+ ННЮД. | ОДЮД+ ППЮД | ППЮД+ ННЮД | ОДЮД+ ННЮД+ ППЮД |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------------|
| Загальні 7 (100%) | 0 | 1 14% | 0 | 1 14% | 0 | 2 29% | 3 43% |
| Регіональні 61 (100%) | 43 71% | 3 5% | 0 | 3 5% | 11 17% | 0 | 1 2% |
| Разом 68 (100%) | 43 64% | 4 6% | 0 | 4 6% | 11 15% | 2 3% | 4 6% |

Аналіз функціонування термінів лексико-семантичної групи *пограбування (robbery)* засвідчив, що з 27 загальних та регіональних одиниць в ОДЮД було зареєстровано 12 (44%). Більшість з них, а саме 7, – це терміни-регіоналізми, наприклад: *hijacking of ships, pharmacy robbery, aircraft piracy, vehicular hijacking* (в ОДЮД функціонують усі терміни-регіоналізми цієї групи). Решта термінів на позначення пограбування, які були зафіксовані в ОДЮД, а саме 5, – це загальні, наприклад: *robbery, aggravated robbery, armed robbery.*

У ННЮД було зареєстровано 21 термін цієї групи (78%). До них відносяться 20 загальних термінів, наприклад: *robbery, bank robbery, street robbery, ATM robbery.* Зафіксованим у ННЮД є також і один термін-регіоналізм, а саме *aggravated vehicular hijacking.*

В ППЮД було зафіксовано 14 термінів (52%). З них 7 – це загальні терміни, наприклад: *aggravated robbery, armed robbery, bank robbery, robbery.* Решта (7) – це терміни-регіоналізми, наприклад: *pharmacy robbery, aggravated vehicular*

hijacking, aircraft piracy, vehicular hijacking.

Термінів, що водночас вживаються в усіх трьох підтипах (ОДЮД, ННЮД та ППЮД), виявилось 7 (26%), з них 5 – загальні, 2 – регіональні.

Термінів, що водночас вживаються лише у двох підтипах юридичного дискурсу, було зафіксовано 9 (33%): термінів, що використовуються в ОДЮД та ННЮД, зареєстровано не було; термінів, що вживаються в ОДЮД та ППЮД, було виявлено 5 (18%), усі вони є термінами-регіоналізмами; термінів,

що водночас представлені в ННЮД та ППЮД, – 4 (15%), ці терміни є загальними.

Термінів, що використовуються лише в одному підтипі юридичного дискурсу, виявилось 11 (41%), причому усі вони були зареєстровані в ННЮД. Термінів, що представлені лише в ППЮД або лише в ОДЮД, зафіксовано не було. Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів лексико-семантичної групи *пограбування* демонструють Таб. 4.

Таблиця 4

Кількісні показники функціонально-дискурсивного варіювання термінів ЛСГ *пограбування*

| Терміни та їх кількість | тільки ОДЮД | тільки ННЮД | тільки ППЮД | ОДЮД+ НННЮД. | ОДЮД+ ППЮД | ППЮД+ НННЮД | ОДЮД+ НННЮД+ ППЮД |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|-------------------|
| Загальні 20 (100%) | 0 | 11 55% | 0 | 0 | 0 | 4 20% | 5 25% |
| Регіональні 7 (100%) | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 71% | 0 | 2 29% |
| Разом 27 (100%) | 0 | 11 41% | 0 | 0 | 5 18% | 4 15% | 7 26% |

Таким чином, аналіз функціонування термінів, що позначають майнові злочини, у різних підтипах юридичного дискурсу засвідчив, що найбільша їх кількість представлена в нормативно-правових актах, причому, як правило, ці терміни є регіональними; кількість термінів, що зафіксовані лише в ННЮД, є значно меншою, причому ці терміни є в більшості загальними, а тих, що наявні лише в ППЮД, цілком природно, не було виявлено зовсім. Це дозволяє дійти висновку про те, що сфера правозастосування вимагає більшого обсягу вербалізованого знання про майнові злочини, ніж сфера правознавства, крім того сфера правозастосування значною мірою пов'язана з особливостями вербалізованого знання про майнові злочини у різному соціокультурному середовищі. Ця загальна тенденція не спостерігається лише відносно групи *пограбування*, де термінів, зафіксованих лише в ОДЮД не було взагалі, що можна пояснити незначною питомою вагою у цій групі термінів регіоналізмів, що функціонують у ОДЮД в інших групах.

Серед термінів на позначення майнових злочинів, що реалізуються в декількох підтипах юридичного дискурсу, переважають ті, що зафіксовані в ОДЮД та ППЮД (в абсолютній більшості регіональні), далі йдуть ті, що наявні в усіх трьох досліджених підтипах юридичного дискурсу (в основному загальні); незначні кількісні показники мають терміни, що функціонують в ОДЮД та ННЮД (серед них більшість загальних) та в ННЮД й ППЮД (усі загальні). Значна кількість одиниць, одночасно зафіксованих в ОДЮД / ППЮД, порівняно із тими, що одночасно зафіксовані в ННЮД / ППЮД, свідчить про те, що за межами фахових кіл більш актуальним стає вербалізоване знання, що репрезентує сферу правозастосування. Незначні кількісні показники одночасного функціонування у ОДЮД / ННЮД свідчать про те, що сфера правозастосування та сфера правознавства оперують незначним обсягом спільного вербалізованого знання про майнові злочини.

Перспективою дослідження є аналіз функціонування юридичних термінів на позначення май-

нових злочинів у нетиповому середовищі, а саме публіцистичному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дерді Е.Т. Словотвірні та структурно-семантичні характеристики англійських юридичних термінів: дисс. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Дерді Емма Тіберіївна. – К., 2003. – 284 с.
2. Зацний Ю.А. Соціолінгвістичні аспекти вивчення словникового складу сучасної англійської мови / Зацний Ю.А., Пахомова Т.О., Зацна В.Ю. – Запоріжжя: ЗДУ, 2004. – 284 с.
3. Косоногова О.В. Юридический дискурс: лингвопрагматика имени собственного / О.В. Косоногова // Пробл. филологии, культурологии и искусствоведения. – 2008. – № 2. – С. 188–192.
4. Лутцева М.В. Лексикографическое описание юридической терминологии в неспециальной сфере использования (лингвостатистическое исследование на материале произведений Дж. Гришема) : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка”; 10.02.04 “Германские языки” / М.В. Лутцева. – Ярославль, 2008. – 19 с.
5. Манжос Я.Ю. Макрополе ТНЕФТ у семантичному просторі CRIME / Я.Ю. Манжос // Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2009. – № 47 – С. 207–211.
6. Семьонкіна І.А. Специфіка англійського законодавчого дискурсу в аспекті перекладу / І.А. Семьонкіна // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. – Вип. 61. – № 896. – С. 181–185.
7. Otto W. Die Paradoxie einer Fachsprache. Band II. / W. Otto. – Stuttgart: Der öffentliche Sprachgebrauch, 1981. – 678 S.

УДК 811.111'373.43'374

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ СЕМАНТИЧЕСКИХ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ

Н.С. Молодчая, канд. филол. наук (Харьков)

В статье рассматривается проблема лексикографической фиксации семантических окказионализмов. Предлагается обоснование и описание словаря семантических окказионализмов, способного регистрировать изучаемые инновации. Разработаны критерии, позволяющие включать семантические окказионализмы в предлагаемое издание.

Ключевые слова: неография, семантический окказионализм, словарь семантических окказионализмов.

Молодча Н.С. Лексикографічний аспект дослідження семантичних окказіоналізмів. У статті розглядається проблема лексикографічної фіксації семантичних окказіоналізмів. Дається обґрунтування й опис словника семантичних окказіоналізмів, здатного реєструвати досліджувані інновації. Розроблено критерії, які дозволяють включати семантичні окказіоналізми у пропонуване видання.

Ключові слова: неографія, семантичний окказіоналізм, словник семантичних окказіоналізмів.

Molodcha N.S. Lexicographic aspect of the analysis of semantic nonce words. The article focuses on the problem of lexicographic fixation of semantic nonce words. The dictionary of semantic nonce words capable to register innovations of the given type is grounded and described. Criteria enabling to include semantic nonce words into the suggested dictionary are stated.

Keywords: dictionary of semantic nonce words, neographics, semantic nonce words.

Рубеж тысячелетий, ознаменованный стремительным развитием научно-технического прогресса и драматическими социально-политическими преобразованиями, закономерно характеризуется появлением в англоязычном дискурсе значительного количества инновационных средств номинации, к числу которых относятся семантические окказионализмы. В ходе специального исследования были проанализированы характерные признаки семантических окказионализмов, дискурсивно-функциональные особенности инноваций, установлены продуктивные способы образования данных единиц [5]. Недостаточная степень изученности проблемы лексикографического описания окказиональных единиц и в частности семантических окказионализмов, отсутствие специальных неографических изданий, регистрирующих рассматриваемые инновации, обуславливают актуальность данного исследования.

Объектом исследования выступают семантические окказионализмы, представляющие собой речевые инновации, совмещающие узуальную форму с окказиональным значением, его предметом – особенности лексикографического описания данных инноваций. Материалом исследования послужили семантические окказионализмы, составившие эмпирический корпус диссертационного исследования.

Цель данной статьи – обоснование и описание словаря семантических окказионализмов, способного фиксировать семантические окказиональные инновации (далее СО), а также разработка критериев, на основе которых возможно включение рассматриваемых инноваций в предлагаемый специализированный словарь.

Лексикографическим описанием новых слов, регулярно появляющихся в дискурсивной деятельности, занимается неография, стремительно фор-

мирующаяся отрасль, тесно связанная с неологией, задача которой состоит в выявлении и описании инноваций. Неография развивается в двух основных направлениях: создание приложений или дополнений к нормативным словарям и составление специализированных словарей новых слов [3; 4; 7; 11]. Статус нового слова в языковой системе определяет его место в том или ином неографическом издании, поэтому рассмотрим основные положения вопроса дифференцирования инноваций.

Не вдаваясь глубоко в историю развития вопроса, отметим, что во второй половине двадцатого столетия все инновации было принято делить на общезыковые и индивидуально-авторские. Под первыми понимались новые слова, предназначенные для общезыкового употребления, а под вторыми – ситуационные образования художественного дискурса, основной функцией которых являлось выражение субъективного отношения к фактам объективной действительности [8]. В ходе дискуссий о возможности типологизации инноваций были выдвинуты различные критерии, среди которых наиболее прочно закрепился критерий вхождения / невхождения инновации в узус. В соответствии с данным критерием, основанным на дихотомии “язык – речь”, весь инновационный лексический состав языка рассматривается в двух плоскостях: языка и речи. К сфере языка было принято относить все то, что является частью языковой системы и может быть использовано любым говорящим в типичных ситуациях общения, к сфере речи – все то новое и индивидуальное, что возникает в процессе речевой коммуникации и не выходит за рамки конкретных ситуаций общения. Новые слова, получившие распространение в языке, но еще не утратившие эффекта новизны, становятся частью его системы, и в течение определенного промежутка времени сохраняют за собой статус неологизма. Для не вошедших в узус инноваций были предложены разные термины, отражавшие в большей или меньшей степени характер и природу данных единиц: “авторские неологизмы”, “индивидуальные неологизмы”, “ситуативные неологизмы”, а также более образные, хотя и менее научные наименования: “слова-метеоры”, “слова-беззаконники”, “слова-экспромты” и др. [7; 6; 5].

В конце концов, в научной литературе закрепился термин “окказионализм” или “окказиональное слово”, предложенный Н. И. Фельдман [9]. По способу образования, прочно закрепившемуся критерию, выделяются фонетические, лексические, грамматические, семантические окказионализмы [1; 7; 5].

Неологизмы, обозначающие новые объекты и явления современной культурной и общественной жизни языкового коллектива, составляют корпус приложений или дополнений к нормативным словарям. Регистрация неологизма в словаре осуществляется при условии, что единица имеет большое количество актуализаций в дискурсе, многообразие источников, в которых она зарегистрирована, автономность употребления, наличие словообразовательных дериватов разного рода, свидетельствующих об освоенности инновации языковым сознанием, принятие социумом [3].

Новые слова, не отвечающие указанным требованиям, получают статус окказиональных слов и претендуют на включение в специальные неографические издания, в которых, по меткому выражению современных лексикографов, происходит “моделирование движущейся материи современного языка” [11, с. 5]. Данные издания предоставляют языковедческой науке ценный материал для решения ряда важных теоретических вопросов, а именно: определение времени вхождения в словарный фонд языка тех или иных инноваций; выяснение экстра и интралингвальных причин вхождения единиц в словарь; установление периода появления определенной словообразовательной модели; выявление роли конкретной языковой личности в обогащении словарного состава языка [1; 9; 2].

Большое количество инноваций, не вошедших в систематические словари, побуждает лексикографов создавать все новые словарные проекты. Согласно современному видению, “независимо от нормативности, жизнеспособности того или иного слова, все новые единицы должны быть тем

или иным образом зафиксированы” [11, с. 5]. Стремление создавать разные неологические словари усиливается тем, что появившиеся в последнее время электронные (on-line) лексикографические издания, значительно превосходящие традиционные по объему и скорости наполнения, не в состоянии решить проблему фиксации всех новых слов, появляющихся в информационном потоке. В связи с этим возникает настоятельная необходимость в печатных и электронных словарях, отражающих окказиональные явления разного рода, принадлежащих разным авторам, выбранных из разных типов дискурсов. Публикация разноаспектных словарей существенно расширит каталог неографических изданий, позволит усовершенствовать научно-методическую базу неографии, а также вдохновит новые исследования в области лексикологии, лексикографии, психолингвистики, компьютерной лингвистики.

В русле современного понимания целей и задач неографии и с целью углубления знаний о семантических окказиональных инновациях нами разработан *словарь семантических окказионализмов* (далее Словарь). Его композицию составляют мегаструктура, макроструктура и микроструктура.

Описывая **мегаструктуру** Словаря, следует отметить, что она включает введение, в котором указываются характерные свойства регистрируемых инноваций, продуктивные модели образования и функционально-дискурсивные характеристики единиц. В введении содержатся сведения об аудитории словаря, правила пользования словарем и перечень применяемых сокращений. Предлагаемое издание имеет характер толково-переводного словаря, т.к. обеспечивает единицу словника переводной информацией и пояснениями страноведческого характера. **Макроструктура** Словаря содержит информацию о корпусе словаря (словнике). Объем словника составляет более 1000 единиц, выбранных преимущественно из англоязычного публицистического, рекламного, художественного дискурсов, начиная с 1998 по 2013 гг. Единицы располагаются в алфавитном порядке для удоб-

ства поиска необходимой лексемы. **Микроструктура** Словаря включает заглавное слово и словарную статью, содержащую подробную информацию о слове. В предлагаемом издании представлен особый подход к формированию словарной микроструктуры слова. Границы и структура словарной статьи устанавливаются с учетом практики польских лексикографов, которые особо подчеркивают необходимость модификаций в структуре традиционной словарной дефиниции и конкретно предлагают т.н. открытую формулу семантической записи или открытую дефиницию. Е. Бартминьским выработан особый вид словарной дефиниции, в которой дается по возможности полное описание не только денотативного компонента значения, но и его дополнительного компонента – коннотации, обусловленного зачастую экстралингвистическими, культурными факторами [10]. Данный подход основывается на положении о том, что задача словарного описания лексической единицы – не только выявить различия между единицами лексической системы, но, прежде всего, соотносить ее с контекстом и интерпретацией всего текста.

Таким образом, в соответствии с открытой формулой записи слов в словарную статью входят следующие рубрики: 1. Заглавное слово – собственно семантический окказионализм с указанием части речи инновации. 2. Дискурсивный фрагмент, достаточный для установления значения СО. Объем контекста может варьироваться от одного предложения до расширенного текстового фрагмента, если это необходимо для интерпретации единицы. 3. Указание на источник (периодическое издание, книга, вебсайт и т.п.), в котором актуализирована инновация. 4. Помета “о-значение”, т.е. окказиональное значение, содержит вариант интерпретации значения СО. 5. Помета “у-значение”, т.е. узальное значение, обеспечивает фоновую, страноведческую информацию, необходимую для понимания единицы. Представим образец словарной статьи.

Jerry Springer

A trial with Kelly Siegler is one-half soap opera and one-half Law & Order – with a bit of Jerry

Springer sprinkled in to keep things exciting. ABC recently began developing the pilot for a one-hour show next fall with a main character inspired by Siegler. People December 13, 2004:129

о-значение – скандал

у-значение – Джерри Спрингер – известный американский телеведущий программ, затрагивающих скандальные темы.

Единица, претендующая на включение в данный словарь, должна соответствовать критериям, в основе которых лежат характерные признаки СО, выделенные нами в результате специального исследования [5].

Характерными признаками СО выступили дискурсивность, антропоцентричность, семантическая деривативность, новизна, контекстуальность. Кратко разясним данные свойства СО. *Дискурсивность* понимается как принадлежность инновации к определенному фрагменту дискурса, в котором и происходит триединый акт формирования, функционирования и интерпретации СО. *Антропоцентричность* СО проявляется в том, что человеческий фактор обнаруживается в роли субъекта, объекта и средства номинации (в случае антономасии). *Семантическая деривативность* является сущностной характеристикой СО и определяется производностью окказионального значения от узуального значения. Как выяснилось, окказиональное значение может быть производным как от прямого, так и от переносного значения; от основного и второстепенного значений. *Новизна* у СО сопровождается *непрогнозируемостью*, проявляющейся в отсутствии структурных маркеров, которые частично автоматизируют процесс интерпретации окказионального значения. Непредсказуемость СО обусловлена асимметрией, несоответствием между планом выражения и планом содержания, гештальтным характером образа, формирующегося в сознании рецептора, индивидуальным характером ассоциаций. *Контекстуальность* СО реализуется как возможность их интерпретации в порождающем вертикальном и горизонтальном контекстах [5]. Наличие у инновации всех указанных признаков позволяет квалифицировать

ее как семантический окказионализм и включить данную единицу в предлагаемое неографическое издание.

Словарь семантических окказионализмов может быть адресован филологам и переводчикам, а также всем тем, кто интересуется английским языком и происходящими в мире современными процессами в области политики, экономики, культуры. Предлагаемый словарь обогатит преподавателей английского языка полезными страноведческими сведениями, которые могут быть использованы в учебно-воспитательных целях.

Следующим этапом в этом направлении может явиться разработка с помощью специального программного обеспечения электронной версии словаря семантических окказионализмов, размещенного в сети Интернет. Электронный интерактивный словарь, позволяющий пользователям самостоятельно добавлять единицы словника с соответствующими параметрами, существенно увеличит объем семантических окказионализмов для их дальнейшего изучения.

Подытожим сказанное и сформулируем выводы. Лингвистический статус СО, характеризующий единицу как несистемное явление, определяет создание словаря семантических окказионализмов. Композиция словаря семантических окказионализмов включает мегаструктуру, содержащую пояснения о статусе инноваций и характере издания; макроструктуру с указанием количества и порядка расположения единиц словника; микроструктуру, обеспечивающую словарную единицу вариантом интерпретации и экстралингвистическими комментариями. Критерием вхождения единицы в предлагаемое издание является наличие у нее набора характерных признаков, а именно: дискурсивность, антропоцентричность, семантическая деривативность, новизна, контекстуальность. Словарь рассчитан на широкую аудиторию: лингвистов, лексикографов, переводчиков, преподавателей английского языка.

Перспективу исследования может составить лексикографическое описание СО, употребляемых в суггестивном политическом дискурсе. Матери-

ал словаря позволит улучшить современное понимание ментально-вербальных механизмов, обеспечивающих успех дискурсивно-регулятивным актам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова О.И. Окказиональные безаффиксные существительные женского рода в поэтических произведениях начала XX века: Краткий анализ и материалы для словаря / О.И. Александрова // Учен. зап. Арзамас. пед. ин-та. Сер. филол. наук. – Горький, 1969. – Вып. 95. – С. 193–224.
2. Вокальчук Г.М. Порівняльний аналіз перших українських словників авторської неологічної лексики / Г.М. Вокальчук // Наукові записки. Серія “Філологічна”, 2008. – Вип.10. – С. 36–49.
3. Котелова Н.З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов / Н.З. Котелова // Новые слова и словари новых слов. – Л. : Наука, 1978. – С. 5–26.
4. Котелова Н.З. Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов / Н.З. Котелова // Советская лексикография. – М. : Рус. яз., 1988. – С. 46–63.
5. Молодча Н.С. Семантичні оказіоналізми в сучасному англломовному дискурсі [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Н.С. Молодча. – Х. : Харків. нац. ун-т імені В.Н. Каразіна, 2011. – 20 с.
6. Огородникова Е.С. К проблеме классификации нового слова / Е.С. Огородникова // Актуальные проблемы коммуникации и культуры : Междунар. сб. науч. тр. Пятигор. гос. лингв. ун-та. – М. – Пятигорск, 2005. – Вып. 2. – С. 89–100.
7. Попова Т.В. Неология и неография современного русского языка : учеб. пособие / Т.В. Попова. – М. : Флинта, 2005. – 168 с.
8. Стилистика английского языка / [А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко]. – К. : Вищ. шк., 1991. – 271 с.
9. Фельдман Н.И. Окказиональные слова и лексикография / Н.И. Фельдман // Вопросы языкознания. – М., 1957. – № 4. – С. 64–73.
10. Bartmínski J. Podstawy lingwistycznych bada nad stereotypem – na przyk adzie stereotypu matki / J. Bartmínski // Jzyk a kultura. – XII., 1998. – S. 63–83.

СЛОВАРИ

11. Нові й актуалізовані слова та значення : слов. матеріали 2002-2010 : 1550 слів і словосполук / В.О. Балог [та ін.] ; Ін-т укр. мови НАН України. – К. : Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. – 280 с.

УДК 81'373.7:159.942:811.111=161.2

КОНЦЕПТ *ГНІВ* У ФРАЗЕОЛОГІЧНІЙ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ

(на матеріалі англійської та української мов)

О.В. Трофімова, канд. філол. наук (Донецьк)

У статті розглядаються особливості вербалізації концепту *ANGER/ГНІВ* засобами фразеології англійської та української мов. Особлива увага приділяється характеристикам семантики та структури фразеологічних одиниць. На ґрунті вивчення спільних та специфічних рис фразеологічної репрезентації концепту *ANGER/ГНІВ* у мовах зіставлення встановлюються особливості емоційної картини світу представників різних лінгвокультур.

Ключові слова: концепт, емоція, фразеологічна одиниця, емотивність

Трофімова Е.В. Концепт *ГНЕВ* во фразеологической репрезентации (на материале английского и украинского языков). В статье рассматриваются особенности вербализации концепта *ANGER / ГНЕВ* средствами фразеологии английского и украинского языков. Особенное внимание уделяется характеристикам семантики и структуры фразеологических единиц. На основе изучения общих и специфических черт фразеологической репрезентации концепта *ANGER / ГНЕВ* в языках сопоставления устанавливаются особенности эмоциональной картины мира представителей разных лингвокультур.

Ключевые слова: концепт, эмоция, фразеологическая единица, эмотивность

Trofimova O.V. Verbalization of the Concept *ANGER* by Phraseological Units in the English and Ukrainian Languages. The paper deals with the peculiarities of the verbalization of the concept *ANGER* in English and Ukrainian. The paper focuses on the semantic and structural traits of the phraseological units. Peculiarities of the emotive model of the world of different linguocultures are considered.

Key words: concept, emotion, phraseological unit, emotiveness

Вивчення та опис емоцій знаходиться в центрі уваги сучасної лінгвістики. Гнів – одна з важливіших емоцій людини, що має індивідуальну та соціальну значущість [9]. Актуальність дослідження зумовлюється тим фактом, що базова емоція гніву має універсальний характер і притаманна представникам різних мовних колективів. Проте універсальний концепт *ANGER/ГНІВ* по-різному реалізується в лінгвокультурних спільнотах, що пояснюється особливостями менталітету носіїв мови. Тому актуальним питанням постає вивчення спільних та специфічних рис мовної реалізації концепту *ANGER/ГНІВ* з метою виявлення особливостей емоційної картини світу представників різних лінгвокультур. Мета дослідження полягає у зіставному аналізі особливостей фразеологічної репрезентації концепту *ANGER/ГНІВ*. Об'єкт дослідження – фразеологічні одиниці (далі ФО), що репрезен-

тують концепт *ANGER/ГНІВ* в англійській та українській мовах. Предметом дослідження постають структурні та семантичні особливості ФО, що вербалізують концепт *ANGER/ГНІВ* в англійській та українській мовах. Матеріалом аналізу слугують 284 ФО в англійській мові та 349 ФО в українській мові.

Перш за все, надаючи характеристику емоції гніву, слід відзначити, що гнів – негативна за знаком емоція, індикатор розвиненості та рівня цивілізованості суспільства [19]. Розглядаючи питання про позитивні та негативні емоції, К. Ізард відзначає конвенціональний характер такого розподілу [9]. Зокрема, характеристика гніву як негативної емоції потребує певного уточнення. К. Ізард зауважує, що значущість гніву як адаптаційного механізму стає очевидною в еволюційній перспективі, оскільки у разі небезпеки або перешкод гнів мобілізував

енергію людини, необхідну для самозахисту, виконуючи важливу функцію як для давньої, так і для сучасної людини, та таким чином сприяв виживанню людини як виду. З цього випливає позитивне значення емоції гніву, що дозволяє психологам стверджувати про корисність гніву.

Спроби системного опису образу людини вказують на те, що емоції є однією з основних систем, із яких складається людина [1; 3 та ін.]. Релевантність емоцій для індивіда, зокрема емоції гніву, віддзеркалюється в мові наявністю різноманітних засобів вербалізації явищ емоційно-почуттєвої сфери. Антропофактор викликав актуальність багатьох питань, пов'язаних з відображенням людини у мові. Як відзначає С. Н. Денисенко, пріоритетним завданням лінгвістики має бути встановлення глибинних закономірностей взаємодії когнітивних структур людської свідомості з мовними формами, виявлення в мовах світу характеру пізнання та світосприймання світу людиною, проникнення через мову до етнічних ментальних утворень [7, с. 507]. На часі концептуалізація емоцій у мові широко вивчається [2; 4; 5; 6; 8; 10; 11; 13–18; 20; 22; 23–26 та ін.]. Специфіка фразеологічної репрезентації емоцій полягає в її образності, яка тісно пов'язана з національно-культурною специфікою мовної спільноти таким чином, що ФО у своїй семантиці акумулюють національно-культурну інформацію, віддзеркалюють процес розвитку культури народу та передають культурні стереотипи, еталони тощо від покоління у покоління. Як зазначає В.А. Маслова, ФО завжди спрямовані на суб'єкта у тому сенсі, що вони виникають не стільки для того, щоб описувати світ, а для того, щоб його інтерпретувати, оцінювати і виражати суб'єктивне ставлення до нього [12, с. 82]. Саме фразеологічний рівень мови характеризується як такий, що має іманентну властивість передавати різноманітні форми виявлення емоційно-почуттєвої сфери особистості. Зіставлення ФО на позначення гніву в англійській та українській мовах сприяє виявленню універсальних рис та встановленню етно-специфічної своєрідності

відображення емоційної картини світу двома мовними спільнотами, що в цілому сприятиме глибшому розумінню феномену негативних емоцій та особливостей їхнього відображення у мові.

У результаті аналізу структурних особливостей досліджувані ФО було розподілено на ФО зі структурою словосполучення, ФО зі структурою речення та ФО-вигуки (див. табл. 1).

Як видно з таблиці 1, найпродуктивнішими в обох мовах є ФО-словосполучення, при чому англійські ФО зі структурою словосполучення кількісно переважають українські ФО (79% та 67% відповідно). ФО-словосполучення подані такими структурними типами: дієслівні, субстантивні, ад'єктивні, адвербіальні ФО. Вигукові ФО (англ. – 12%, укр. – 19%) та ФО-речення (англ. – 9%, укр. – 14%) репрезентовані більшою кількістю одиниць в українській мові, ніж відповідні групи в англійській мові.

ФО, що вербалізують концепт *ANGER / ГНІВ*, позначають різні форми емоції гніву. Англійські ФО фіксують такі відтінки емоції гніву, як *irritation, bad temper, anger, exasperation, resentment, indignation, rage, fury*, що свідчить про багату концептуальну структуру емоції гніву, наприклад, *a burr under / in your saddle* 'a persistent source of irritation' більмо на оці; *make someone's hackles rise* 'make someone angry or indignant' розізлити когось; *get on someone's quince* Australian informal 'irritate or exasperate someone' роздратовувати когось; *fly into a passion / rage* 'to become enraged suddenly' роздратовуватися, розлютитися, скипіти. В українській мові у семантики ФО відображаються такі відтінки гніву, як *роздратованість, поганий настрій, злість, сердитість, гнів, лют, обурення*, наприклад, *мало не з'їсть* 'хто-небудь дуже лютий, розгніваний'; *давати – дати волю серцю (серцеві)* 'не стримувати свого гніву; обурюватися'; *кресати / креснути (креснути) очима* 'гнівно, сердито дивитися, поглядати'; *підбитий бісом* 'дуже сердитий'; *встати на ліву (не на ту) ногу* 'бути в поганому, роздратованому настрої'.

Таблиця 1

**Структурна характеристика ФО, що вербалізують концепт *ANGER / ГНІВ*
в англійській та українській мовах**

| Тип структури | Англ. мова | | Укр. мова | | Приклади |
|--|-----------------|---------------|-----------------|---------------|---|
| | К-ть ФО, од. | К-ть ФО, % | К-ть ФО, од. | К-ть ФО, % | |
| ФО зі структурою слово- сполучення: | 225 | 79 | 234 | 67 | |
| Дієслівні ФО | 180 | 63 | 202 | 58 | англ. <i>speak daggers</i> ‘говорити зі злістю, з ворожістю, кидати гнівні слова’ укр. <i>блмнути очима (оком)</i> ‘глянути на кого-небудь, виражаючи докір, злість, гнів і т.ін.’ |
| Субстантивні ФО | 32 | 11 | 12 | 3 | англ. <i>(a) blind fury / rage</i> ‘сліпий гнів’ укр. <i>скрегіт зубовний</i> ‘гнів, лють, розлюченість’ |
| Ад’єктивні ФО | 7 | 3 | 11 | 3 | англ. <i>as sore as a boil</i> ‘дуже злий, злий як собака’ укр. <i>як (мов, ніби і т.ін.) скажений</i> ‘втрачаючи самовладання або не стримуючись у гніві; несамовито, нестямо’ |
| Адвербіальні ФО | 6 | 2 | 9 | 3 | англ. <i>in the heat of the moment</i> ‘згарячу’ укр. <i>нід сердиту годину</i> ‘спересердя’ |
| ФО зі структурою речення: | 24 | 9 | 48 | 14 | англ. <i>one’s blood is up</i> ‘він (вона і т.д.) скипів, втратив самовладання’ укр. <i>волос дибом стає</i> ‘кого-небудь охоплює великий страх, гнів, подив і т.ін.’ |
| Вигуківі ФО | 35 | 12 | 67 | 19 | англ. <i>Go jump in the lake!</i> <u>груб.</u> ‘забирайся, не заважай!’ укр. <i>сто чортів лайл.</i> ‘уживається для вираження гніву, роздратування і т.ін.’ |
| <i>Усього</i> | <i>284</i> | <i>100</i> | <i>349</i> | <i>100</i> | |

Як свідчить аналіз матеріалу, концепти *ANGER / ГНІВ* не існують ізольовано у мовній репрезентації, а характеризуються відносинами перетину з іншими емоційними та неемоційними концептами. Психологи, аналізуючи комбінаторний та взаємопов’язаний характер проявлення емоцій, називають такий феномен емоційним патерном, який складається із двох або декількох емоцій, що виникають одночасно та формують певний комплекс емоцій [9].

Тобто у фразеологічній картині досліджуваних мов відображаються особливості емоційного переживання людини. До концептів інших емоцій, з якими пов’язаний концепт *ANGER*, належать: *ALARM, EXCITEMENT, UPSET, WORRY, EMBARRASSMENT, DISAPPROVAL, BOREDOM*, наприклад, *have a fit* ‘become wildly or excessively alarmed, dismayed, angered’ бути враженим або приголомшеним; *have a cow* North American informal

‘become angry, excited, or agitated’ розсердитися, нервувати; *a storm in a teacup* ‘a situation where people get very angry or worried about something that is not important’ буря у склянці води; *turn (over) in one’s grave* ‘if you say that a dead person would turn in their grave, you mean that they would be very angry or upset about something if they knew’ перевернутися в труні, в могилі. Серед неемоційних концептів – *APPEARANCE, BEHAVIOUR* та інші, наприклад, *black / blue in the face* ‘багровий (від гніву, напруги тощо)’; *bite / cut off one’s nose to spite one’s face* ‘діяти на шкоду собі або завдавати самому собі шкоди під впливом гніву’.

В українській мові концепт *ГНІВ* найчастіше перетинається з концептом *НЕЗАДОВОЛЕННЯ*, а також з концептами *ДОСАДА, НЕРВУВАННЯ, НЕНАВИСТЬ, СТРАЖДАННЯ, ПРЕЗИРСТВО, ОБРАЗА*, наприклад, *щоб тебе об землю кидало лайл*. ‘уживається для вираження незадоволення, злості і т.ін.’; *зуби скриплять (скрегочуть)* ‘хто-небудь дуже розлючений, сповнений гніву, ненависті’; *розпикати / розпекти душу (серце і т.ін.)* ‘викликати у кого-небудь відчуття гніву, душевного болю, страждання і т.ін.’. Окрім того, зафіксовано приклади ФО, які в своєму значенні поєднують як негативні, так і позитивні емоції, наприклад, *очі розгоряються / розгорілися* ‘чий-небудь погляд, вигляд виражає якесь почуття (задоволення, захоплення, гнів і т.ін.)’; *світити (засвітити) очима (оком, білками)* ‘виявляти поглядом якесь почуття (перев. гніву, роздратування, радості і т.ін.)’. Серед неемоційних концептів – *ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД, ПОВЕДІНКА* та інші, наприклад, *[аж] очі рогом* ‘у кого-небудь дуже незадоволений, насуплений, сердитий вигляд’; *виводити / вивести з себе* ‘своєю поведінкою змушувати кого-небудь нервувати, викликаючи почуття злості, гніву, роздратування і т.ін.’.

Матеріал дослідження свідчить, що фразеологічна вербалізація концепту *ANGER / ГНІВ* як в англійській, так і в українській мовах, досить різноманітна. Аналіз емпіричного матеріалу в англійській мові дозволив визначити набір ознак, які реалізуються у значенні ФО:

- вираження, прояв гніву (на обличчі тощо): *look like thunder* ‘виглядати дуже сердитим’;
- симптоматичні ознаки прояву гніву: *make your blood boil* ‘розлютовувати’;
- інтенсивність переживання: *go bananas* ‘дуже розізнитися’;
- втрата контролю над собою як результат емоційного переживання: *(a) blind fury / rage* ‘сліпий гнів’;
- характеристика людини: *(as) fierce as a tiger / as a bull in fits* ‘лютий, як тигр’;
- каузація стану гніву: *stick pins / a pin into smb* ‘дратувати, сердити, гнівити когось, докучати комусь’;
- джерело гніву: *a thorn in smb’s flesh* ‘більмо на оці’;
- перехід у стан гніву: *fly off the handle* ‘розсердитися, скипіти, втратити самовладання’;
- характеристика дії або поведінки людини: *like a bull at a gate / at a five-barred* ‘шалено, несамовито, нестямно, люто, сказано’;
- вербальне вираження стану гніву: *go to blazes!* ‘іди до біса!’.

В українській мові актуалізуються такі аспекти значення:

- вираження, прояв гніву (на обличчі тощо): *метати громи і (та) блискавки* ‘виглядом виражати гнів, обурення, незадоволення кимсь, чимсь; сердито дивитися’;
- симптоматичні ознаки прояву гніву: *скрегіт зубовний* ‘гнів, лють, розлюченість’;
- інтенсивність переживання: *[аж] іскри з очей сиплються (летять, скачуть, крешуть і т.ін.) / посипались (полетіли, поскакали, скакнули і т.ін.)* ‘уживається для підкреслення чийогось надмірного, надзвичайного гніву’;
- втрата контролю над собою як результат емоційного переживання: *зводити / звести з розуму (з ума)* ‘викликати почуття роздратування, гніву, змушувати кого-небудь вдатися до нерозумних дій’;
- характеристика людини: *як (мов, ніби і т.ін.) скупали в окропі* ‘хтось дуже запальний, гарячий, гнівний’;

- каузація стану гніву: *стирчати (стриміти і т.ін.) спичкою (більмом) в (на) оці (очах) ‘дратовати кого-небудь своєю присутністю, наявністю і т.ін.’;*
- джерело гніву: *[як (мов, ніби і т.ін.)] [те] більмо на (в) оці ‘такий, що дратує, заважає’;*
- перехід у стан гніву: *вогнем (полум’ям, пеклом, чортом, бісом, гаспидом і т.ін.) дихати ‘ставати розгніваним, розлюченим, роздратованим з якогось приводу’;*
- характеристика дії або поведінки людини: *як (мов, ніби і т.ін.) скажений ‘втрачаючи самовладання або не стримуючись у гніві; несамовито, нестямо’;*
- вербальне вираження стану гніву: *сто чортів лайл. ‘уживається для вираження гніву, роздратування і т.ін.’.*

Услід за В.І. Шаховським [21], ФО, що вербалізують концепт *ANGER/GHIB*, було розподілено за трьома типами емотивності: номінативний, експресивний, дескриптивний. ФО номінативного типу в своїй семантиці передають поняття про ту чи іншу негативну емоцію, наприклад, англ. *go bananas* ‘дуже розізлитися’; укр. *як (мов, ніби і т.ін.) скажений* ‘втрачаючи самовладання або не стримуючись у гніві; несамовито, нестямо’. ФО дескриптивного типу описують фізіологічні зміни, які відбуваються з людиною під час переживання емоції гніву, наприклад, англ. *look like thunder* ‘виглядати дуже сердитим’; укр. *метати громи і (та) блискавки* ‘виглядом виражати гнів, обурення, незадоволення кимсь, чимсь; сердито дивитися’. ФО експресивного типу передають вербальну експлікацію переживання емоції гніву, наприклад, англ. *go to blazes!* ‘іди до біса!'; укр. *сто чортів лайл.* ‘уживається для вираження гніву, роздратування і т.ін.’.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у зіставному аналізі особливостей вербалізації концепту *ANGER/GHIB* різнорівневими одиницями мови. Цікавим також видається аналіз специфіки репрезентації концепту *ANGER/GHIB* із залученням більшої кількості мов.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного анализа / Ю.Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–67.
2. Багдасарова Н.А. Соотношение вербализованных эмоций в русском и английском языках : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Н.А. Багдасарова. – М., 2004. – 22 с.
3. Бессонова О.Л. Оцінний тезаурус англійської мови : когнітивно-гендерні аспекти : [монографія] / О.Л. Бессонова. – Донецьк : ДонНУ, 2002. – 362 с.
4. Борисов О.О. Мовні засоби вираження емоційного концепту СТРАХ : лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі сучасної англійської художньої прози) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / О.О. Борисов. – Житомир, 2005. – 252 с.
5. Буянова О.И. Языковая концептуализация любви : лингвокультурный аспект : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / О.И. Буянова. – Краснодар, 2003. – 20 с.
6. Воркачев С.Г. Сопоставительная этносемантика телеономных концептов “любовь” и “счастье” (русско-английские параллели): [монография] / С.Г. Воркачев. – Волгоград : Перемена, 2003. – 164 с.
7. Денисенко С.Н. Відображення фразеологічної картини світу у німецьких фразеологізмах та їх дериватах з образами природи (синхронно-діахронний аспект) / С.Н. Денисенко // Науковий вісник Волин. нац. ун-ту імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк, 2009. – № 6. – С. 507–509.
8. Дорофеева Н.В. Удивление как эмоциональный концепт : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 “Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” / Н.В. Дорофеева. – Волгоград, 2002. – 19 с.
9. Изард К.Э. Психология эмоций / К.Э. Изард. – СПб : Питер, 1999. – 464 с.
10. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах / Н. А. Красавский. – Волгоград : Перемена, 2001. – 495 с.
11. Мальцева Л.В. Эмотивно-событийный концепт “горе, беда, несчастье” в русской языковой картине мира : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / Л.В. Мальцева. – Новосибирск, 2009. – 23 с.
12. Маслова В.А. Лингвокультурология : [учеб. пособие] / В.А. Маслова. – М. : Академия, 2004. – 208 с.
13. Никишина И.Ю. Выражение концепта ANGER (“ГНЕВ”) в современной английской и американской художественной литературе : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / И.Ю. Ни-

кишина. – М., 2008. – 25 с. 14. Огаркова Г.А. Вербалізація концепту *коханя* в сучасній англійській мові : когнітивний та дискурсивний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Г.А. Огаркова. – К., 2005. – 20 с. 15. Подлесова О.А. Концепты эмоциональных состояний в лингвокогнитивном и лингвокультурном аспектам (на материале английского языка) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / О.А. Подлесова. – Самара, 2009. – 23 с. 16. Рыкунов Р.Н. Концептосфера эмоций и особенности ее выражения в лексике английского языка : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : 10.02.04 “Германские языки” / Р.Н. Рыкунов. – СПб., 2008. – 17 с. 17. Сарбаш О.С. Семантика позитивної емотивної лексики: лінгвокогнітивний та лексикографічний аспекти (на матеріалі англійської, української та новогрецької мов): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17 / О.С. Сарбаш. – Донецьк, 2008. – 231 с. 18. Силюнская Н.П. Концепты отрицательных эмоций в английской фразеологической картине мира : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н.П. Силюнская. – Санкт-Петербург, 2008. – 214 с. 19. Стефанский Е.Е. Концептуализация негативных эмоций в мифологическом и современном языковом сознании (на материале русского, польского и чешского языков) : автореф. дис. на соискание учен. степени докт. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Е. Е. Стефанский. – Волгоград, 2009. – 44 с. 20. Шамаева Ю.Ю. Когнітивна структура концепту “радість” (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Ю.Ю. Шамаева. – Харків, 2004. – 20 с. 21. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 188 с. 22. Goddard C. Explicating emotions across languages

and cultures: A semantic approach / C. Goddard // *The Verbal Communication of Emotions: Interdisciplinary perspectives* / [Susan R. Fussell (Ed.)]. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. – P. 19–53. 23. Kövecses Z. *Emotion Concepts* / Z. Kövecses. – New York : Springer, 1990. – 230 p. 24. Kövecses Z. *The Concept of Anger: Universal or Culture Specific?* // *Psychopathology*, 2000. – № 33. – P. 159–170. 25. Ortony A. *The Cognitive Structure of Emotions* / A. Ortony, G.L. Clore, A. Collins. – Cambridge : Cambridge University Press, 1988. – 450 p. 26. Wierzbicka A. *Emotional Universals* / A. Wierzbicka // *Language Design*. – 1999. – № 2. – P. 23–69.

СПИСОК

ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Англо-українській фразеологічний словник / [уклад. К.Т. Баранцев]. – К. : Знання, 2005. – 1056 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел]. – К. : Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2005. – 1728 с.
3. Словник фразеологізмів української мови / [уклад. В.М. Білоноженко та ін.]. – К. : Наукова думка, 2003. – 1104 с.
4. Удовиченко Г.М. Фразеологічний словник української мови : [в 2 ч.] / Г. М. Удовиченко. – К. : Вища школа, 1984. – Ч. 1: А–М. – 1984. —304 с.; Ч. 2: Н–Я. – 1984. – 384 с.
5. *Cambridge Idioms Dictionary*. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 505 p.
6. *Cowie A.P. Oxford Dictionary of English Idioms* / A.P. Cowie, R. Mackin, I.R. McCaig. – Oxford : Oxford University Press, 1993. – 685 p.
7. *Oxford Dictionary of Idioms* / [ed. by J. Siefring]. – Oxford : Oxford University Press, 2004. – 340 p.
8. *Oxford Learner’s Dictionary of English Idioms* / [ed. by H. Warren]. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – 334 p.
9. *Spears R.A. McGraw-Hill’s Dictionary of American Idioms and Phrasal Verbs* / R.A. Spears. – McGraw-Hill, 2005. – 1080 p.

АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ДЕРИВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СЛОВА

Л.В. Щигло (Суми)

У статті розглядається феномен дериваційного потенціалу слова як мовної категорії у сучасній німецькій мові. Основними чинниками, що сприяють словотвірному потенціалу слова є словотвірні, мотиваційні, семантичні та комбінаторні. На розвиток дериваційного потенціалу слова впливає також актуальність даної одиниці та її частиномовний статус. Зіставлення типових явищ під час аналізу словотвірного потенціалу слів однієї лексико-семантичної групи дозволяють виявити їх реальні та потенційні можливості. Пропонуються способи розкриття та опису потенцій номінативної одиниці в різних словотвірних категоріях: словотвірному ланцюжку, словотвірній парадигмі та словотвірному гнізді.

Ключові слова: дериваційний потенціал, словотвірний потенціал, словотвірне гніздо, словотвірна парадигма, словотвірний ланцюжок.

Щигло Л.В. Аспекты изучения деривационного потенциала слова. В статье рассматривается феномен деривационного потенциала слова как языковой категории в современном немецком языке. Основными факторами, способствующими словообразовательному потенциалу слова являются словообразовательные, мотивационные, семантические и комбинаторные. На развитие деривационного потенциала слова влияет также актуальность данной единицы и ее частиречный статус. Сопоставление типичных явлений при анализе словообразовательного потенциала слов одной лексико-семантической группы позволяют выявить их реальные и потенциальные возможности. Предлагаются способы раскрытия и описания потенций номинативных единиц в различных словообразовательных категориях: словообразовательной цепочке, словообразовательной парадигме и словообразовательном гнезде.

Ключевые слова: деривационный потенциал, словообразовательный потенциал, словообразовательное гнездо, словообразовательная парадигма, словообразовательная цепочка.

Shchiglo L.V. Aspects of learning the derivational potential of the word. The article discusses the phenomenon of derivational potential of the word as language category in modern German. The main factors contributing derivational potential of the word are derivational, motivational, semantic and combinatorial. The development of derivational potential of the word is also affected by the relevance of the unit and its part of speech status. Comparison of the typical phenomena in the analysis of derivational potential of the word of one lexical-semantic group can detect their real and potential capabilities. Suggests ways to disclose and describe potency of nominative units in different derivational categories: word-formation chain, word-formation paradigm and word-formation nest.

Keywords: derivational potential, word-building potential, word-formation chain, word-formation paradigm and word-formation nest.

Постановка наукової проблеми та її значення. Проблема виявлення дериваційного потенціалу різних частин мови є надзвичайно актуальною в сучасному словотворі. Однак, слід зазначити, що поняття “потенціал” в лінгвістиці не отримало дефініцію як наукова категорія [1, С. 7]. В літературі цей термін вживається, як правило, без певного визначення, звідси виникають різночитання

в його трактуванні. Цю категорію слід віднести до числа універсальних, оскільки вона проявляється на всіх рівнях мови. Так, дослідники виокремлюють такі потенціали як лексичний, семантичний, словотвірний та інші, що не мають в літературі однозначної інтерпретації.

Мета цієї роботи полягає у встановленні специфіки дериваційного потенціалу номінативних оди-

ниць сучасної німецької мови. Досягнення цієї мети передбачає вирішення таких завдань:

- розкрити сутність дериваційного потенціалу номінативної одиниці в сучасній німецькій мові;

- виокремити способи розкриття та опису потенцій номінативної одиниці в різних словотвірних категоріях;

- виявити чинники, що впливають на дериваційний потенціал номінативної одиниці в сучасній німецькій мові.

Об'єктом дослідження є дієслівні основи з категоріальним значенням активного руху в сучасній німецькій мові.

Предметом вивчення є словотвірні, мотиваційні, семантичні та комбінаторні чинники, що сприяють словотвірному потенціалу дієслівних основ з категоріальним значенням активного руху в сучасній німецькій мові.

Матеріалом дослідження слугували 1725 афіксальних віддієслівних похідних з категоріальним значенням активного руху сучасної німецької мови, які були отримані методом суцільної вибірки з сучасних німецькомовних лексикографічних джерел (обсягом 11452 сторінки).

Актуальність роботи визначається її спрямованістю на вивчення процесів словотворення з опорою на функціональне навантаження твірних основ слів у механізмі деривації на засадах основоцентричної дериватології. Відсутність лінгвістичних розвідок словотвірної спроможності твірних основ важливих для німецької мови дієслів з категоріальним значенням активного руху стимулює необхідність вивчення їх словотвірних, семантичних та комбінаторних властивостей для творення нових похідних одиниць, парадигматичні відношення між якими розглядаються у відповідних словотвірних угрупованнях (словотвірних парах, словотвірних парадигмах, словотвірних гніздах).

Викладення основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. В лінгвістичній літературі існує широке і вузьке розуміння дериваційного потенціалу. Широке розуміння пов'язане зі словотвірною системою мови, що володіє сукупністю словотворчих ресурсів, зав-

дяки яким мова набуває певного розвитку. Тому виокремлюють словотвірний потенціал даної мови. Він складається з різноманітних мотиваційних одиниць, способів і засобів деривації, що взаємодіють один з одним. Дериваційний потенціал мови залежить не тільки від матеріальних ресурсів, але і від рівня та обсягу накопичених засобів, стану словотвірної системи, а також від потреби суспільства в одиницях мови. Словотвірний потенціал у вузькому сенсі – це дериваційні можливості окремого елемента словотвірної системи. У цьому аспекті вивчаються:

1. Дериваційний потенціал способу словотвору. З цієї позиції будь-який спосіб словотвору розглядається з точки зору результатів його діяльності. Зокрема, результатом субстантивації стають слова зі значенням ,діяч' (der Renner), а також слова з абстрактним значенням (die Lauferei).

2. Дериваційний потенціал словотворчого засобу. З цієї точки зору вивчаються словотвірні типи німецької мови, де визначальними стають результати діяльності даного словотвірного типу. Наприклад, за допомогою форманта *-er* від дієслівних основ утворюються лексеми зі значенням ,особи' (der Fahrer).

3. Дериваційні можливості слова. Під дериваційним потенціалом слова розуміється реальна і потенційна здатність слова до породження нових одиниць. З цієї позиції досліджується кількість похідних слів, що виникли від твірного та їх якісні характеристики.

Відомо, що різні лексеми мають різні можливості словотворення. Отже, існують чинники, що впливають на дериваційні потенції слова. У лінгвістиці на сьогодні немає повного опису причин активності / неактивності слова, зустрічаються лише окремі зауваження у зв'язку з цією темою в ряді робіт. Серед них зазвичай вказують на лексико-граматичні характеристики слова та соціолінгвістичну (соціокультурну) значущість певної одиниці.

До власне мовних чинників належить широта сполучуваності [2], непохідні слова [3], оскільки непохідні слова здатні мати більше лексико-семан-

тичних варіантів, ніж похідні. На словотвірний потенціал впливає також формальна структура непокідного слова: чим менше складів, тим вища його активність. Це впливає також й на обсяг словотвірної парадигми, оскільки кожен лексико-семантичний варіант може стати твірною основою.

Значущим мовним чинником є частиномовна характеристика слова. Виявлено, що найбільшим словотвірним потенціалом володіє дієслово [4–7]. Зокрема, на основі аналізу об'ємних словообразовательних гнізд з категоріальним значенням активного руху в сучасній німецькій мові було встановлено, що за словотвірною активністю частини мови розподіляються таким чином: дієслово, іменник, прикметник, прислівник [9].

До соціолінгвістичних характеристик лексичної одиниці відносяться стилістичне забарвлення слова, його потреба у життєдіяльності людини. Під останнім розуміється прагматична характеристика лексичної одиниці: зв'язок семантики слова з життям людини [2, с. 411].

Для встановлення актуальності і значущості досліджуваних лексичних одиниць виокремлюємо такі критерії: частотність вживання та їх культурна розробленість (вживання даних слів у прислів'ях, фразеологізмах, висловах). Перш за все, потрібно встановити (за допомогою чи без допомоги частотного словника), що номінативна одиниця, про яку йде мова, є загальноновживаним, а не периферійним словом.

Таким чином, на словотвірний потенціал впливають такі чинники, як стилістичне забарвлення, широта сполучуваності, частиномовна характеристика слова, його частота вживання, культурна розробленість слова і зв'язок слова з цілеспрямованою діяльністю людини, з важливими явищами для життя і безпеки людини.

Як правило, актуальність слова впливає на його частоту вживання, що сприяє збільшенню кількості лексико-семантичних варіантів лексеми. Кількість наявних у слова лексико-семантичних варіантів може істотно впливати на його словотвірний потенціал: чим більше лексико-семантичних варіантів, тим ширша його дериваційна здатність.

Дериваційний потенціал може виявлятися в таких словотвірних категоріях як словотвірна парадигма, словотвірний ланцюжок, словотвірне гніздо. Словотвірна парадигма демонструє дериваційні потенції одного слова на одному дериваційному кроці. Таким чином, описати дериваційний потенціал однієї лексичної одиниці у даній словотвірній категорії означає “описати типи парадигматичних функціональних угруповань, в які вона здатна входити при актуалізації різних аспектів семантики слова” [8, с. 34]. Такий аналіз дозволяє відповісти на питання, що і яким чином маркується в мові. Словотвірний ланцюжок ілюструє дериваційні потенції одного лексико-семантичного варіанта слова: gehen – m Geher – f Geherin.

Комплексною одиницею словотвірної системи є словотвірне гніздо. Воно демонструє реалізовані дериваційні потенції одного слова на певному етапі розвитку мови. Опис дериваційного потенціалу вершини гнізда передбачає аналіз даного словотвірного гнізда в трьох різних аспектах: формальному, семантичному та когнітивному. В ході такого аналізу за допомогою вибудованої мовної картини світу, представлені семантикою похідних даного гнізда, виявляються загальні та індивідуальні чинники (мовні і соціокультурні), які впливають на функціонування гнізда в мові. Розвиток дериваційного потенціалу можна простежити в динаміці, відновлюючи словотвірну парадигму, словотвірний ланцюжок, словотвірне гніздо за словником, який відображає лексичний склад різних епох. Дериваційне зростання вимальовується при порівнянні (в кількісному та якісному співвідношеннях) похідних, що входять до словотвірної парадигми, словотвірного ланцюжка, словотвірного гнізда на різних етапах розвитку мови. Дослідження в діакронії значно доповнює аналіз матеріалу сучасного синхронного зрізу. Зокрема, подібне вивчення словотвірного гнізда дозволяє розглянути історію розвитку словотвірних можливостей вершин даного гнізда на значущих етапах еволюції мови і простежити етапи спаду або підйому дериваційної активності слова.

Найбільш повно дериваційний потенціал можна виявити в рамках ономазіологічного класу (і тоді

описуються види парадигматичних об'єднань) або у складі лексико-семантичних груп слів, об'єднаних спільною темою (і тоді виявляються типові/конкретні явища, що пояснюють причину словотвірної неактивності слова).

Під час дослідження однієї тематичної або лексико-семантичної групи, твірні основи яких належать до певного частиномовного класу, а мотиваційні відношення відповідають моделям даної мови, виявляється типова словотвірна парадигма. Таким чином, від непохідних слів (вершин гнізд даної групи) передбачається утворення всіх "типових" дериватів, які здатні потенційно з'явитися в мові в залежності від лексичного значення твірного слова. "Потенційні" деривати можуть за певних умов бути реалізованими в конкретних словотвірних парадигмах, а можуть залишатися в статусі "віртуальних". Це залежить від низки як лінгвістичних, так і екстралінгвістичних чинників, в першу чергу, від актуальності номінаційних подій чи явищ. Крім типової словотвірної парадигми, можлива побудова типового словотвірного гнізда. Під час такого аналізу виявляються не тільки типові деривати, а й конкретні, індивідуальні. Враховуючи індивідуальні і типові прояви дериваційних можливостей вершин гнізд, можна побудувати ідеальне словотвірне гніздо даної лексико-семантичної групи, яке враховує всі можливі потенції слів (вершин гнізд) даної групи.

Важливим параметром, за яким виявляється якісний і кількісний словотвірний потенціал вихідних основ слів є глибина словотвірного гнізда. Остання залежить від ступенів похідності, які є послідовно розташованими рядами слів, утворених за допомогою афіксів (з нульовим також) від твірної основи. Як виявило дослідження, глибина словотвірного гнізда з категоріальним значенням активного руху на різних ступенях похідності неоднакова: основний масив похідних слів у словотвірних гніздах припадає на I–II ступені. Найчисельнішим виявляється I ступінь словотворення дієслів з категоріальним значенням активного руху в сучасній німецькій мові. Інвентар словотворчих засобів, що слугує для творення похідних одиниць з кате-

горіальним значенням активного руху на першому ступені словотворення характеризується найбільшим розмаїттям. В утворенні дієслів беруть участь префікси: *er-*, *ver-*, *zer-*, напівпрефікси: *ab-*, *an-*, *aus-*, *durch-*, *um-* та інші, а також частотні компоненти: *auseinander-*, *dazwischen-*, *empor-* та інші.

На першому ступені похідності (вихідною є непохідна основа) утворюються афіксальні віддієслівні іменники (*m Flieger*, *m Gang*), прикметники (*fahrbar*, *humpelig*), дієслова (*umgehen*, *entkommen*). За конверсією на першому ступені утворюються іменники майже від усіх дієслівних основ, крім *ras-*, *keu-*, *wetz-*, *hink-*, *dring-*, *spaz-*, *spreng-*, *tob-*, *stramp-*. Поодинокими є суфіксальні іменники, що утворюються за допомогою суфіксів *-e*, *-er*, *-ling*, *-t*, *-ung*. Прикметники утворюються, переважно, за допомогою продуктивного суфікса *-ig* (*eilig*) та внаслідок ад'ективації дієприкметника теперішнього часу (*fliehend*, *gleitend*). Другий ступінь похідності представлений іменниками, прикметниками, дієсловами. Прикметники утворюються суфіксальним способом від абстрактних імен, що виражають процес руху (*gänglich*, *gangbar*). Префіксальні основи дієслів відзначаються активністю у подальшому творенні іменників шляхом конверсії (*m Aufgang*, *m Hinflug*). На другому ступені похідності частотністю відзначаються утворення дієслів з подвійною префіксацією (*umherfahren*, *vorbeigehen*). Для наступних ступенів словотворення характерне поступове зниження словотвірної активності як твірних основ дієслів з категоріальним значенням активного руху, так і їх словотворчих формантів. На третьому ступені похідності зустрічаються поодинокі утворення іменників та прикметників, які втратили семантичний зв'язок з твірною основою і не виражають категоріальне значення активного руху, на четвертому ступені похідності словотворчий процес, пов'язаний з творенням віддієслівних похідних на позначення активного руху, завершується.

Словотвірне гніздо з категоріальним значенням активного руху має чітко визначену будову, і кожний його елемент (слово) займає в ньому місце, яке передбачається мовною системою і закріпле-

но нормою. Структура словотвірного гнізда ґрунтується на принципі ієрархії, тобто послідовного підпорядкування одних одиниць іншим. Компоненти словотвірного гнізда семантично і структурно залежать один від одного. Як виявило дослідження, дієслівні основи з категоріальним значенням активного руху, характеризуючись різною словотвірною активністю, формують і різні словотвірні гнізда обсягом від 1 до 100 і більше слів. Високими показниками словотвірної активності відзначаються непохідні дієслівні основи *geh-, komm-, lauf-, zieh-, flieg-, tret-, spring-, reit-, renn-* (обсяг словотвірного гнізда становить більше 30 слів різних частин мови). Середню словотвірну активність виявляють такі дієслівні основи, як: *eil-, steig-, jag-, schleich-, dräng-, schreit-, kriech-, schwimm-, gleit-, klett-, saus-, spreng-, spaz-, dring-* (обсяг словотвірних гнізд – від 11 до 30 слів різних частин мови). Малоактивними є дієслівні основи *ras-, hetz-, hump-, folg-, bumm-, stieb-, stolp-, hink-, polt-* та інші (обсяг словотвірного гнізда – від 3 до 15 і менше слів різних частин мови). Абсолютно мінімальну, словотвірну потенцію мають такі дієслівні основи з категоріальним значенням активного руху, як: *klimm-, pes-, schlüpf-* (обсяг словотвірного гнізда – від 0 до 1), оскільки вони формують гнізда, глибина яких становить один словотвірний крок [9].

Висновки. Дери́ваційний потенціал постає однією з мовних категорій, що виражається кількісним складом похідних в таких досліджуваних категоріях як словотвірна парадигма, словотвірний ланцюжок, словотвірне гніздо та семантичною характеристикою одиниць. На його розвиток впливає ряд чинників, основними з яких є актуальність даної одиниці та її частиномовний статус. Зіставлення типових явищ під час аналізу словотвірного потенціалу слів однієї лексико-семантичної групи дозволяють їх виявити реальні та потенційні дери́ваційні можливості.

Перспективи подальшого дослідження. Перспективним напрямом подальших наукових роз-

робок є дослідження словотвірного потенціалу твірних основ інших частин мови з різними категоріальними значеннями на засадах основоцентричної дери́ватології, типолого-зіставного аналізу словотвірного потенціалу похідних слів слов'янських та германських мов, що буде слугувати створенню комплексної теорії словотвору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Каде Т.Х. Словообразовательный потенциал суффиксальных типов существительных / Т.Х. Каде. – Майкоп : Адыг. респ. кн. изд-во, 1993. – С. 166.
2. Земская Е.А. Словообразование / Е.А. Земская // Современный русский язык. – М., 1999. – С. 286–442.
3. Лыткина О.И. О взаимосвязи факторов словообразовательной активности (на материале непроеизводных антонимов в разных частях речи / О.И. Лыткина // Русский язык. Исторические судьбы и современность. – М. : МГУ, 13–16 марта 2001 г. Секция: “Словообразование современного русского языка”. – С. 192.
4. Степанова М.Д. Хельбиг Г. Части речи и проблема валентности в современном немецком языке / М.Д. Степанова. – М.: Высш. шк., 1978. – 259 с.
5. Brinkmann H. Die Wortarten im Deutschen. Zur Lehre von den einfachen Formen der Sprache / H. Brinkmann // Das Ringen um eine neue deutsche Grammatik. Aufsätze aus drei Jahrzehnten (1929–1959) ; Hrsg. von H. Moser. – Darmstadt, 1965. – S. 46–78.
6. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, I. Barz. – Tübingen: Niemeyer, 1995. – 375 S.
7. Казак М.Ю. Интегративная теория словообразовательного гнезда: грамматическое моделирование; квантитативные аспекты; потенциал; прогнозирование : автореф. дис. на соискание учен. степени докт. филол. наук / М.Ю. Казак. – Белгород : Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2004. – 39 с.
8. Резанова З.И. Словообразующие возможности существительного (на материале современного русского литературного языка) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук / З.И. Резанова. – Томск, 1983. – 20 с.
9. Щигло Л.В. Словотвірний потенціал дієслівних основ з категоріальним значенням активного руху в сучасній німецькій мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Л.В. Щигло. – Харків, 2009. – 233 с.

УДК 81?373.611:811.133.1

ПРОДУКТИВНІ СЛОВОТВІРНІ МОРФОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ НОМІНАЦІЇ ФРАНЦУЗЬКИХ ТЕРМІНІВ МАРКЕТИНГУ

Н.М. Демчук (Львів)

У статті детально описано основна та водночас найбільш продуктивні способи утворення похідних слів: префіксація та суфіксація, спрямовані на процес номінації та, відповідно, на поповнення словникового активу підмови маркетингу французької мови.

Ключові слова: асоціативне протиставлення, базова граматична категорія, дериваційна модель, дериваційна парадигма, продуктивність суфіксів та префіксів, семантика похідного слова, словотвірний формант, суфіксальні деривати, твірна основа.

Демчук Н.М. Продуктивные словообразовательные морфологические средства номинации французских терминов маркетинга. В статье детально описаны основные, и в то же время, наиболее продуктивные способы образования производных слов: префиксация и суффиксация, которые направлены на процесс номинации и, соответственно, на пополнение словарного актива подязыка маркетинга французского языка.

Ключевые слова: ассоциативное противопоставление, базовая грамматическая категория, деривационная парадигма, деривационная модель, продуктивность суффиксов и префиксов, семантика производного слова, словообразовательная основа, словообразовательный формант, суффиксальные дериваты.

Demchuk N.M. Productive derivative morphological means of French marketing terms nomination. The article gives a detailed description of the basic and the most productive methods of derived words formation: prefixation and suffixation directed to the nomination process and, consequently, to the vocabulary assets replenishment of the French marketing instigation.

Key words: associative contrast, basic grammatical category, derivational model, derivational paradigm, stem, suffixal derivatives, suffixes and prefixes productivity, the semantics of the original word, word-building element.

Будь-яка мова, як соціальне явище, перебуває у постійному розвитку разом із суспільством. Як наголошує Д. Шмельов, лексика є найбільш сприйнятливою, змінною й динамічною підсистемою мови, яка безпосередньо реагує на те, що відбувається у суспільстві; в ній відображаються наші уявлення про різноманітні явища позамовної дійсності” [4, с. 17–18].

У даній роботі ми досліджуємо семантику похідних слів, що сприятиме вирішенню поставленого завдання, а саме: виявлення закономірностей і правил, що стоять за утворенням та функціонуванням значної частини словникового складу мови, що досліджується, у нашому випадку термінополя маркетингу французької мови, адже кількість

похідних слів становить більшу частину загально-го масиву лексики розвинутих мов.

Актуальність теми зумовлена необхідністю дослідження глибоких системних зв'язків між однокореневими одиницями словника, що дозволяє зрозуміти процес створення нових засобів номінації з метою більш оптимального оволодіння економічним словником французької мови.

Спостереження за мовленнєвою діяльністю свідчить про те, що людина, котра розмовляє, володіє певною сукупністю знань асоціативних зв'язків між однокорінними утвореннями. Відносно такого типу легко відтворюються нею по аналогії з будь-якими новими одиницями мови і їх так само легко розуміє слухач.

© Демчук Н.М., 2013

А.А. Уфимцева вважає “похідним словом” будь-яку одиницю вторинної деривації у статусі слова, яка обумовлена іншими мовними одиницями, що приймаються за базові. Йдеться про слова різної структурної складності, утворені за допомогою різних способів словотвору (включаючи всі типи афіксальних похідних, складних слів, конвертованих утворень і т.п.) [3, с. 81–88].

С.В. Семчинський зазначає: “у мовах, які широко характеризуються словотворенням і словозмінюю, морфологічна система семантичної системи складається принаймні з трьох підсистем: кореневої підсистеми, до якої входять морфеми-корені і словотвірні основи, деривативної підсистеми, до якої входять морфеми і моделі словотворення, і флективної підсистеми, що включає морфеми і парадигми словозміни. До деривативної підсистеми морфологічної системи належать парадигми морфологічного словотворення. Відтак морфологічний словотвір представлений чотирма способами його реалізації: афіксацією; словоскладанням; основоскладанням; абрєвіацією. У французькій мові деривація і словоскладання є двома важливими шляхами у процесі словотвору чи то дериватології: деривація утворює більш складне слово на основі іншого простішого, додаючи один або, якщо можливо, кілька афіксів. Іншими словами, шляхом приєднання до кореневої морфеми інших морфем з деривативним значенням: постфіксів (суфіксів), префіксів, трансфіксів. Словоскладання формує слово, додаючи до нього одне і більше слів”. Лінгвіст підкреслює, що словоскладання полягає в об’єднанні окремих слів в одне, при якому відбувається зрощення складових елементів слова в єдину одиницю. Основоскладання чи композиція відрізняється від словоскладання тим, що компонентами нового слова є різні основи, а не окремі слова [2, с. 123].

М. Гревісс говорить наступним чином про процес формування слів у французькій мові: “це інновації, утворені мовцями-французами від слів, що вже існували раніше, і могли належати до примітивної бази мови */fonds primitif/*, бути запозиченими або ж самі виступають у ролі французьких фор-

мантів. Такі утворення можуть бути результатом: або додавання елемента, що не являється самостійним, тобто афіксу, до слова чи бази, що вже існували раніше (деривація); або складання слів, які існували раніше (складання слів, якому ми підпорядковуємо композицію за допомогою слів іноземного походження); накінець модифікації раніше існуючого слова у його формі чи відповідно до його характеру” */dans sa forme ou dans sa nature/*. До перелічених прийомів мовознавець додає слова, утворені шляхом наділення рис, характерних лише їм (ономатопея), а також слова, утворені в довільний спосіб, що не є поширеним явищем.

Термін “деривація” є характерним як для морфології, так і для синтаксису. У морфології деривація опозиційна словоскладанню і в якості історичного процесу визначається реляцією, тобто зв’язком між двома словами, з яких одне є базовим, а інше – похідним. Афіксальна деривація морфологічно позначається додаванням одного або кількох афіксів (префікса чи суфікса). М. Гревісс додає ще дві особливі форми: парасинтетичну деривацію, що полягає в одночасному додаванні префікса і суфікса, та регресивну деривацію, утворювану шляхом від’єднання суфікса, рідко – префікса. Також існує неморфологічний спосіб творення слів, який полягає у переосмисленні вже існуючих, їх граматичних категорій тощо (наприклад, дієслово “*rire*” виступає іменником у “*Un rire éclatant*”) [8, с. 197–198].

Непряму деривацію, отриману шляхом зміни граматичної категорії без зміни при цьому форми слова, представники сучасної лінгвістики французької мови (А. Леман, Ф. Мартін-Бертле та ін.) іменують запозиченою назвою з англійської “конверсія” та застосовують в розрізі синхронії, тобто незалежно від історичної довідки про слова, які розглядають в якості частини системи мови [9, с. 103–115].

У синтаксисі ж термін “деривація” є технічно прийнятним в межах генеративної граматики, яка висвітлює сукупність всіх етапів, що призвели до побудови речення шляхом застосування тих чи інших допустимих правил [7, с. 23].

У французькій мові словоскладання відбувається за допомогою так званих “народних” слів, коли до існуючого додають французьке слово, і “вчених” слів, коли другим елементом служить слово грецького походження. Стосовно слів, утворених “науковим шляхом”, лінгвісти (А. Мартіне, А. Коллен) застосовують терміни: рекомпозиція, конфіксація чи інтерфіксація, зазначаючи, що в таких випадках маємо особливу ситуацію, яку неможливо ідентифікувати ані з власне кажучи композицією, ані з деривацією, котра уможливило поєднання елементів із різним статусом [10, с. 135].

Відтак специфічною особливістю досліджуваної термінології є те, що будучи складовою загальноекономічної термінології, вона виступає одночасно як мікросистема термінополя економіки, так і така, що входить до складу загальної мови, отримавши статус, як і будь-яка терміносистема, маргінальної, периферійної підсистеми. Як результат, термінотворення відбувається в основному за тими ж дериваційними моделями, що й у загальній мові.

Префіксація як засіб словотвору. Межа між деривацією та словоскладанням є досить нечіткою і пояснюється тим, що деякі префікси можуть розглядатись як складні слова, і навпаки, деякі елементи словоскладання асимілюють із афіксами. На відміну від суфіксів, більшість префіксів є полівалентними, тобто служать для утворення різних частин мови: іменників, дієслів, прикметників (*surproduction* f, *surestimer* v, *surabondant* adj). Нагадаємо, що деякі слова функціонують як префікси, за що й отримали назву незалежних префіксів, як-от:

– **прийменники:** *après*, *avant*, *contre*, *entre*, *sans*, *sous*, *sur* (*après-vente* f / сервісне обслуговування, *contrefaçon* m / підробка (товару), *sous-culture* f / субкультура, *surcommission* f / знижка, яку отримує агенція з комунікацій з огляду на великий обсяг купленого нею рекламного простору, *surendettement* m / надзвичайно велика сума боргу);

– **прислівники:** *bien*, *mal*, *non*, *plus*; *arrière* та *avant* при вживанні у просторовому значенні, як правило, найважче підлягають класифікуванню.

Їх можна віднести до категорії як прислівників, так і іменників (*bien* m *durable* / товар тривалого використання). Аргументами для класифікації цих формантів до категорії префіксальних утворень вважають їх продуктивність та тенденцію до графічного злиття. Беззаперечним є факт, що на даному етапі, слова на *avant-*, *mal-*, *contre-*, *non-*, а також словотворення із початковими елементами: **cyber-**, **demi-**, **maxi-**, **extra-**, **co-**, **hyper-**, **publi-**, **socio-** та інші виступають складовими для утворення неологізмів (*contre-segmentation* f, *non-consommateur* m, *non-réponse* f, *cybermarchand* m, *cybermarché* m, *demi-gros* adj, *demi-grossiste* m, *maxidiscompteur* m, *extrapoler* v, *extranet* m, *co-exposant* m, *hypermarché* m, *hypersegmentation* f, *publirédactionnel* adj, *publipostage* m, *sociostyle* m), так само як відома серія слів із формантами (*in-*) **de-** та **-eur** (*dégrouper* m / opération de logistique commerciale consistant a diviser un stock de produits fabriqués en grande quantité afin de constituer des lots moins importants / розподіл виробленої продукції на менші партії; *démontage* m de produits / activité a démonter les produits des concurrents afin d'étudier leur conception et découvrir leurs composants / аналіз продукції конкурентів з метою дослідити їх концепцію та складові; *déréférencement* m / suppression d'un ou de plusieurs produits / скорочення кількості одного або кількох виробів; *testeur* m / особа, яка проводить тест; *inspecteur* m (des ventes) / контролер; *parraineur* m / підприємство, яке займається благочинною діяльністю; *prescripteur* m / особа, що впливає на процес прийняття рішення щодо покупки).

Загалом, перелічити і класифікувати всі існуючі префікси, як і суфікси, не просто: представники традиційної граматики виходили із даних етимології, яка досліджує їхню фонетичну та семантичну історію, беручи за основу етимон, тобто найстарішу форму, та розрізняючи при цьому афікси грецького та латинського походження. Структурна перспектива вимагає відбору тих словотворчих елементів, які проявляють найбільшу продуктивність у сучасній мові. Схожий перехід від словотвору до деривації спостерігаємо з деякими твірними елементами.

тами “ наукового походження ”, які виконують функції суфіксів або префіксів: деривати із афіксами *mis(o)-* та *-cide*, належать до граматичного класу, тобто є дієсловами “*haï*” / ненавидіти та “*tuer*” / вбивати або ж іменні форманти: *gune, fratri*, які в свою чергу асоціюються із значеннями “*femme*” / жінка та “*frère*” / брат. Той самий елемент *anthrop(o)*, що означає “*homme*” / людина і *phil(o)(e)* – “*aimer*” / любити може займати в слові позицію як зліва, так справа, утворюючи відомі на всіх мовах слова-інтернаціоналізми: *anthropophage, misanthrope, philanthrope, philosophe, bibliophile, hydrophyle*, від чого залежить віднесеність словотвірних елементів до розряду суфіксів чи префіксів. У практичному використанні часто-густо роблять різницю між префіксами наукового походження (грецькими чи латинськими), застосування яких відбувалось у більш пізній період, та префіксами народного походження, як-от: *anti-* вченого походження є більш вживаним серед мовців у порівнянні з префіксом *contra-*, що не відносять до “вчених”. Доведено, що у повсякденній мові масово засвоїлись такого типу префікси з огляду на всезростаючу важливість технічних наук, обмін ідеями та думками, рекламу тощо. Префікси *archi-* та *extra-* втратили свій спеціалізований характер і продовжують звично функціонувати у технічній термінології.

Дослідники сучасної французької мови (J.-L. Chiss, J. Filliolet, D. Maingueneau та ін.) пропонують цікавий, на наш погляд, розподіл префіксів із врахуванням їх продуктивності та присутності у мові.

Наводимо приклади так званої “помітності” префіксів у досліджуваній термінології:

– **префікси помітні та продуктивні** (*re-*, *dé-...*): *réassurance* f / при прощанні з клієнтом, фаза, спрямована на підсилення його позитивного враження від покупки для ймовірної наступної зустрічі з ним; *recensement* m / анкетування, в ході якого опитують всіх запланованих осіб;

– **префікси помітні, однак мало продуктивні** (*pré-*, *sur-*, *co-...*): *pré-campagne* f (~ *de communication*) / метод, що полягає у впровадженні конкретної рекламної кампанії у певній географічній зоні з тим, аби потім проаналізувати результати

шляхом опитування чи в інший спосіб; *pré-test* m (~ *publicitaire*) / попередній аналіз з метою оцінити вартість рекламних матеріалів перед початком рекламної кампанії; *co-entreprise* f / спільне підприємство; *co-parrainage* m / об’єднання двох або кількох спонсорів для здійснення благочинної акції; *suremballage* m / додаткове упакування товару; *surmontoir* m / рекламний матеріал, який полягає у “прикрашенні” якостей товару в процесі його реклами;

– **префікси, що зазнали діяхронного дослідження, не продуктивні** (*tres-* у дієслові *tressaillir* / здригатися ...).

Мовознавці вважають, що якщо не реально дослідити всі префікси, то необхідно вивчати комутації, які вони уможливають (тобто не лише кількість слів, які вони дозволяють протиставити, а також частотність їх вживання), можливу конкурентність префіксів між собою (до прикладу, *dia-* зі значенням “*à travers*” / через і *trans-* з тим самим значенням, однак із вираженням ідеї “*au-delà*” / над), існуючі мікросистеми префіксів (*sur-* і *sous-* опозиціонуються як *pré-* (*pré-test*) і *post-* (*post test*). Протиріччя у їх застосуванні пов’язані з мовними ситуаціями, рівнем мови, типом мовлення [6, с. 31–32].

Існує надзвичайно обмежена кількість словотворень на *-cide*, *-fure*, *-fuge*, *-vore*, запозичених із латини, а також на *-crate*, *-mane*, *-phage*, *-phile*, *-phobe*, *-phone*, *-phore*, *-thèque*, *-chrone(o)* – грецького походження, що становлять змішані утворення, в яких першим елементом є французьке слово, як у випадку *cinéphile*, *discothèque*, *insecticide*, *insectifuge*, *insectivore* (додамо, що закінчення першого елемента слова на *-o* або *-i* успадковане від оригінальної моделі). В ході досліджень нам видався цікавим варіант із терміном “*vitrauphanie*” (*marque déposée*) / рекламні наклейки на вітринах, дверях та в інших місцях / (однак походження елемента *-phanie* не підтверджене етимологічним словником).

У маркетингу зустрічаємо словотворчі елементи, еквівалентні прийменникам та прислівникам, що знаходяться в слові зліва, відповідаючи статусу префікса: *anti-*, *archi-*, *auto-* (*autocensure*,

autocollant), *extra-*, *hyper-* (**hyperpack**), *hypo-*, *macro-* (**macromarketing**), *micro-* (**microsegmentation**), *mono-* (**monopole**), *néo-*, *post-* (**postcontact**), *pré-* (**préemballage**), *pseudo-* (**pseudo-achat**), *télé-* (**télésignalisation**, **télésurveillance**), *ultra-*. Також спостерігаємо префіксальні утворення, що з'являються шляхом словотворення та усичення як ті, що утворено за моделями: **Adj + N > N** : *automatique + distribution > autodistribution* f ; **N + Adj > Adj** : *motivations + fonctionnel > motifonctionnel* (modèle ~), *européen + styles > eurostyles* m, pl (~ de vie) ; **N + N > N** : *exposition + marché > expomarché* m; **Adj + Adj > Adj** : *sociale + professionnelle > socio-professionnelle* (catégorie ~).

Суфіксація – активний спосіб словотворення. Назагал суфіксація змінює базову граматичну категорію, тоді як префіксація її зберігає. Як говорить Ф. де Соссюр, суфікс або має конкретне значення чи виконує семантичну функцію */valeur sémantique/*, як суфікс *-eur*, означаючи діяча чи автора певної дії, або виконує функцію суто граматичну, як у дієслові *réag-iss-ons* (ознака теперішнього часу дієслова другої групи). Префікс може відігравати ту й іншу роль, однак не часто у романських мовах його наділяють власне граматичною функцією. Ще одна риса відрізняє ці два форманти: префікс є більш чітко відмежованим завдяки тому, що легше виокремлюється від решти слова, що пояснюється специфікою даного елемента, адже в більшості випадків та частина, котра залишається в результаті від'єднання префіксу, має вигляд сформованого слова (*recommencer – commencer* ; *contrepois – pois* і т.д.). По-різному складається із суфіксами: основа, що залишається внаслідок віднімання цього елемента, є лише неповним словом (*organisation* : *organis-*). Суфікс в жодному разі не існує автономно.

З точки зору суб'єктивного аналізу */analyse subjective/*, суфікси і корені отримують вагу лише у синтагматичних та асоціативних протиставленнях: відповідно до обставин, можна віднайти елемент-формант і елемент-корінь в двох протилежних частинах слова, в якій функції вони б не виступали, аби тільки мало місце протиставлення.

До прикладу, у латинській мові у слові *dictatorem* виділяємо корінь *dictator-(em)*, якщо порівнюємо його із *consul-em*, *ped-em* і т.д., можливо корінь (*torem*) – у порівнянні з *lic-torem*, *scrip-torem* і т.д., а також корінь (*torem*), якщо врахувати: *po-torem*, *cantatorem*. Цей факт доводить, що за сприятливих умов, “розмовний” підмет призводить до здійснення будь-яких уявних поділів, що звичайно не може не відобразитись на аналогічних формуваннях кожного історичного періоду; саме завдяки їм можемо розрізняти словотворчі елементи (корені, префікси, суфікси, закінчення), які мова правильно оцінює, а також функції, якими вона їх наділяє [11, с. 253–258].

Трапляються випадки, коли суфікси, окрім тих, які носять демінутивний чи пейоративний характер, на кшталт *bazarette* f / невеличка торгова площа, *tablette* f / горизонтальна поличка для виставлення товару в малих та середніх торгових площах та ін./, слугують для переходу слова з однієї частини мови до іншої: наприклад *eur-*, застосовують до дієслова чи прикметника для утворення іменника від його основи: *exporter > exporteur*, *froid > froideur* і т.п.

Кількість суфіксів, на переконання лінгвістів, варіює від 50 до 150. Деякі з них класифікують суфікси у розрізі синхронії як ті, що підтверджені явищем комутації, тоді як інші дослідники залишають у центрі уваги лише суфікси, котрі залишаються продуктивними або ж уможливають велику кількість комутацій. З лексичної точки зору, суфікс вважають продуктивним, коли його розглядають в якості словотворчого елемента, що його цілком вирізняє від твірної основи, до якої його приєднують. У випадку успішного приєднання суфікса до основи, комутація стає неможливою. В разі зникнення слова існування суфікса ставиться під сумнів. Часто-густо уповільнення існування того чи іншого суфікса є спричинене виникненням чи поширенням інших: наприклад *-on*, *-ard*, *-oir(e)*, які служили на позначення інструментів, зазнали конкуренції з боку суфіксів *-eur/ -euse*, пов'язаної з розвитком механізації, що прийшла на заміну ручній роботі. Цей феномен має багато спільного з соціальною

еволюцією. Дослідники констатують зменшення кількості суфіксів-демінітивів, пояснюючи це зміною лінгвістичного порядку, тобто тенденцією до протиставлення прикметників типу *petit* префіксам типу *mini*-. Однак, суфіксація немає нічого спільного із власне механічним процесом поповнення запасу лексики, завдяки якому французька мова намагається включити в словник кожне похідне слово, незважаючи на те, що простір його вживання залишається досить специфічним і обмеженим [6, с. 32–33]. На думку французьких мовознавців, ставши менш продуктивним, суфікс може набувати інших якостей (архаїзуючої, літературної, пейоративної...) і функціонувати у відповідного типу дискурсі (поезії, рекламі і т.д.) або ж в особливих мовних ситуаціях (розмові снобів, розмові між закоханими...), змінюючи при цьому сферу свого застосування і знову стаючи продуктивним: наприклад, *-ence* набув ваги в деяких наукових термінологіях, в досліджуваній у тому числі: *audience* f / аудиторія чи сукупність осіб, котрі побачили, прочитали, почули рекламну кампанію (*audience directe* / особи, присутні фізично на місці реклами; *audience indirecte* / ті, котрі бачили рекламу по телебаченню, чули по радіо і т.д.; *audience captive* / аудиторія, для якої ймовірність сприйняття рекламного повідомлення є дуже високою), *congruence* f / у разі двох суперечливих ставлень, можливість порівняння обидвох з метою виключення протиріччя (*congruence favorable* / сприятлива; *congruence défavorable* / несприятлива), *fréquence* f / частота (*fréquence absolue* / абсолютна кількість; *fréquence relative* / відсоток, обчислений по відношенню до загальної кількості зразків; *fréquence d'achat* / кількість покупок, здійснених клієнтом впродовж визначеного терміну; *fréquence de visite* / кількість відвідувань клієнтів комерційним представником за певний період часу), *dépendance* f (économique) / несприятлива ситуація підприємства на ринку.

Необхідно також визнати значний вплив іноземних мов, який став ще сильнішим від того часу, коли нації перестали жити у замкнутому просторі. Англійський суфікс *-er* бере активну участь в утво-

ренні слів-назв діячів або інструментів (*broker* m = *courtier* m / брокер, маклер; *designer* m = *stylicien* m / дизайнер, стиліст; *teaser* = *incitateur* m / ініціатор покупки; *blister* m = *emballage-coque* m / blister, упакування; *barter* m = *troc* m / бартер, товарообмін; *scanner* m / сканер; *stuffer* / брошура, чек на замовлення всередині пакету чи індивідуальних рекламних повідомлень, що надсилаються поштою), тоді як *-ing* – назв діяльності (*autophoning* = *télévente f automatique* / продаж телефоном; *zapping* = *pitonnage* m / швидке переключення каналів телеглядачем; *dumping* / демпінг, нелегальна анти конкурентна діяльність з метою проникнення на іноземний ринок; *factoring* = *affacturage* m / передача комерційних зобов'язань для їх сплати третій особі; *watching* / постійний технологічний контроль і нагляд за конкурентами; *mailing* = *publipostage* m / надсилання поштою рекламних повідомлень; *warketing* = *mercatique f guerriure* / маркетинг, що застосовує теоретичні концепти війни для аналізу ситуації конкурентів; *skimming* / цінова політика, що полягає у запуску нового продукту за високою ціною з тим, аби поступово робити знижки для завоювання нових категорій клієнтів), в результаті проникнення мови “*franglais*” (меланжу французької та англійської) [5].

Як видно з прикладів, наведених із словника У. Брассара та Ж.-М. Паназоля “*Marketing et techniques commerciales*”, англійські терміни досить часто функціонують у термінополі маркетингу поряд із своїми французькими еквівалентами. З точки зору лексикології суфіксація безпосередньо пов'язана з такими явищами мовознавства як полісемія (*fourchette* f : “*ustensile de table terminé par plusieurs dents, servant a piquer les aliments*” ; *écon. Fourchette statistique / intervalle de confiance (lors d'un sondage une mesure approchée de la valeur réelle)* – інтервал довіри / під час опитування вимір, наблизений до реальної вартості) та омонімія (*cher, chère* adj / дорогий – “*chère* m ” / їжа). Суфіксальні ж деривати посилюють та роблять більш чітким семантичні застосування лексем. У таких випадках, як зазначають дослідники, необхідно визнати ефективність концепції мови як “системи знаків”,

запровадженої Фердинандом де Соссюром, що стала передумовою розвитку напряму структуралізму у мовознавстві 20-х років ХХ ст. Згідно з цією концепцією суфікси відносять до опозиційних систем, із врахуванням різноманітності лінгвістичних та соціолінгвістичних факторів, нерозривно з ними поєднаних, на кшталт мовного знаку, що пов'язаний синтагматичними та парадигматичними зв'язками з іншими знаками цієї системи. Суфікси класифікують згідно двох корелюючих між собою критеріїв: синтаксичної категорії, до якої відносять слово з додаванням суфікса (іменникові, прикметникові, прислівникові, дієслівні суфікси) та їхнього змісту [11, с. 253–254].

За результатами досліджень у терміносистемі маркетингу, як у системі загальної мови, до іменникових суфіксів належать:

- **назви дії та результату дії**, більшість з яких походять від дієслова:

-age (*marquage, façonnage, étiquetage, échantillonnage*),

-tion (*fidélisation, distribution, fréquentation*),

-ure (*fourniture < fournir, brochure < brocher*).

В цьому випадку надзвичайно продуктивним проявляє себе англійський суфікс -ing, що корелює, як і французькі перелічені суфікси, із дієслівною основою: *phoning, bartering, lobbying, factoring, sponsoring, watching*;

- **назви діячів**, що походять від дієслів: -ant (*commerçant < commercer, détaillant < détailler, représentant < représenter*), -eur (*consommateur < consommer, sondeur < sonder, livreur < livrer*); та похідні від іменників: -iste (*panéliste < panel, analyste < analyse, maquettiste < maquette*), -ier (*magasinier < magasin, boutiquier < boutique, coursier < course*), -aire (*publicitaire < publicité, commanditaire < commandite, concessionnaire < concession*);

- **назви інструментів**: -eur/-euse (*distributeur (automatique)*),

- **назви місця дії**: -erie (*maisonnerie, solderie, trésorerie*), -oir (*présentoir, entonnoir, comptoir*).

- **назви стану або якості**, що часто є похідними від прикметників: -isme (*consumérisme*,

commercialisme), -ité (*attractivité < attractive, exclusivité < exclusive, rentabilité < rentable*);

- **узагальнюючі назви**: -ée (*criée, allée* (de magasin), *assemblée, avancée* (de rayon));

- **назви зменшувальні**: -ette (*fourchette < fourche / вила*), *cagette < cage / клітка*), *hypérette < hypermarché / гіпермаркет*); -eau (*panneau, bandeau, bureau, cadeau*), -et (*livret, paquet*) чи **зневажливі**: -ard (*bouclard / магазин*);

не часто – **технічні або наукові терміни**: -ite (*faillite / банкрутство*).

Вибірка кількох словників фахового спрямування доводить, що найбільш поширеними є суфікси – *age, -ment, -(t)eur, -tion, -age*, що служать на позначення операцій конкретного типу (*affichage, repérage* (des adresses)), суфікс *-ment* застосовують для утворення абстрактних понять на позначення результату дії (*perfectionnement, placement, comportement*), тоді як *-tion*, поряд із подвійною суфіксацією *-isation*, є продуктивними в процесі утворення слів із абстрактним значенням політичного, філософського забарвлення (*consommation / дії*, організовані споживачами, з метою захисту їхніх інтересів перед виробниками та державною владою; *différenciation* (tarifaire) / тарифна диференціація).

В ході аналізу нами, зокрема, виявлено, що:

-euse, маючи тенденцію в загальній мові означати назву машин (*sulfateuse*), не є характерним для утворення термінів у маркетингу, тоді як суфікс чоловічого роду -eur застосовують здебільшого для творення іменників-назв діячів (*aménageur / облаштувач територій, chineur / покупець “блошиного” ринку, prêteur / позичальник, locateur / хто здає в оренду*). Продуктивний англійський суфікс -er (*broker, designer, merchandiser*) абсолютно асимілювався у французькій мові й вимовляється як *-eur* або ж [er], відповідно до типу мовця.

-isme проявляє себе найбільш ефективним як суфікс, що позначає якісний стан (*protectionnisme / економічна політика, що захищає національні виробничі інтереси шляхом обмеження імпорту продукції іноземного виробництва, consumérisme / політика, спрямована на захист прав споживача*),

завдяки його частому вживанню у парі із суфіксом *-iste*, що дозволяє протиставляти назву доктрини та поглядів для тих, хто відстоює ті чи інші теоретичні або політичні принципи (*probabilisme* – doctrine / *probabiliste* – méthode d'échantillonnage ~).

-ité, який ще в XIX-му столітті здавав позиції суфіксові *-isme*, сьогодні є досить продуктивним і слугує для формування слів специфічного абстрактного характеру (*élasticité, fidélité, prospérité, propriété, utilité, profitabilité, sécurité*).

Деривація і флексія чи то зміна слова за допомогою додавання до нього закінчення, формують парадигми, які можуть бути дериваційними, тобто мати за основу один і той самий корінь (*réclame, réclamer, réclamation, réclament; rembour, rembourser, remboursable, remboursement*), і флексійними (*je réclame, nous réclamons, je réclamais*, і т.д.) [9, с. 132].

Деякі слова, як наприклад, *copropriétaire, préemballage, réapprovisionnement, déplacement, insolvabilité* мають одночасно і префікс і суфікс, що є доказом особливого типу деривації, яку називають парасинтетичною.

Як висновок, формальна повторюваність того чи іншого словотвірного форманту (префікса, суфікса, зокрема) у мотивуючому та вмотивованому словах створює матеріальну базу для визначеної семантичної кореляції між цими словами. Апробація у мові похідних слів подекуди призводить до їх фіксації сферою фіксації, тобто у словниках, що супроводжується зазвичай наданням лексикографічного тлумачення, до якого долучають і пояс-

нення форми словотвору, що повторюється в серії однотипних утворень. Даний факт, як стверджує Є.С. Кубрякова, забезпечує можливість створення нових назв за тим чи іншим зразком. Це сприятиме передбачуваності значень новоутворень, що є важливим моментом у термінології, а також спрощенню опису похідних слів-термінів [1, с. 202–203].

ЛІТЕРАТУРА

1. Кубрякова Е.С. Основы морфологического анализа (на материале германских языков) / Е.С. Кубрякова. – М. : Наука, 1974. – 324 с.
2. Семчинський С.В. Загальне мовознавство / С.В. Семчинський. – Київ : ОКО, 1996. – 413 с.
3. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка / А.А. Уфимцева. – Москва : Наука, 1968. – 272 с.
4. Шмелёв Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики / Д.Н. Шмелёв. – М. : Наука, 1973. – 280 с.
5. Brassart U. Marketing et techniques commerciales / U. Brassart, J.-M. Panazol. – Paris : Hachette, 1992. – 239 p.
6. Chiss J.-L. Introduction à la linguistique française. T. 2 : syntaxe, communication, poétique / J.-L. Chiss, J. Filliolet, D. Maingueneau. – Paris : Hachette, 2001. – 159 p.
7. Gary-Prieur M.-N. Les termes clés de la linguistique / M.-N. Gary-Prieur. – Paris : SEUIL, 1999. – 61 p.
8. Grevisse M. Le Bon Usage. Grammaire française / M. Grevisse. – Paris : Duculot, 1993, 13-ème édition refondue par André Goosse. – 1762 p.
9. Lehmann A. Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie / A. Lehmann, F. Martin-Bertlet. – Paris, 2000. – P. 5. – 201 p.
10. Martinet A. Eléments de linguistique générale / A. Martinet. – Paris : Armand Colin, 1970. – 221 p.
11. De Saussure F. Cours de linguistique générale / F. de Saussure. – Paris : Payot, 2005. – 513 p.

УДК 801.511

АМЕРИКАНСЬКИЙ СТУДЕНТСЬКИЙ СЛЕНГ: ЛІНГВОКОГНІТИВНІ АСПЕКТИ

В.О. Дорда (Суми)

Стаття присвячена лінгвокогнітивним аспектам сленгу, його статусу у парадигмі ненормативної лексики англійської мови. Розглядаються доробки вітчизняних та зарубіжних дослідників сленгу, вивчаються різні підходи до визначення сленгу та адгерентних понять. Робиться спроба намітити перспективи вивчення його соціально-лінгвістичних параметрів. Надано власну концепцію американського студентського сленгу.

Ключові слова: сленг, дискурс, ненормативна лексика, колоквиалізм, соціолінгвістичний.

Дорда В.А. Американский студенческий сленг: лингвокогнитивные аспекты. Статья посвящена лингвокогнитивным аспектам сленга, его статусу в парадигме ненормативной лексики английского языка. Рассматриваются работы отечественных и зарубежных исследователей сленга, изучаются разные подходы к определению сленга и адгерентных понятий. Делается попытка наметить перспективы изучения его социально-лингвистических параметров. Представлена авторская концепция американского студенческого сленга.

Ключевые слова: сленг, дискурс, ненормативная лексика, коллоквиализм, социолингвистический.

Dorda V.O. American Student Slang: Linguo-Cognitive Aspects. The article deals with linguo-cognitive aspects of slang, its status in the paradigm of the English foul language. The works by domestic and foreign scholars, different approaches to slang definition and adherent notions are being analysed. The author tries to work out the future trends of its social and linguistic characteristics study and to give his own concept of American student slang.

Key words: slang, discourse, foul language, colloquialism, sociolinguistic.

Проблематика соціально-культурних чинників мовного спілкування, зокрема, сленгу є предметом постійного наукового пошуку сучасної лінгвістики. Різні аспекти сленгу вивчалися у працях Еріка Патріджа [25; 26], Генрі Менкена [23], І.Р. Гальперіна [4], О.Д. Швейцера [13]. Соціолінгвістичні параметри американського сленгу, зокрема, досліджувалися у працях Вільяма Лабова [21], М.М. Маковського [9], Джонатана Лайтера [22], Коні Ібл [16], Ю.А. Зацного [7], І.А. Гонти [5] О.Л. Клименко [8]. В.В. Балабін вивчає сленг в американському дискурсі [1]. Утім властивості студентського сленгу США, що справляє суттєвий вплив на мовлення сучасної молоді в англomовному світі в цілому та визнаний важливим джерелом поповнення мовного складу, залишаються недостатньо розкритими. Усе це зумовлює обрання об'єктом нашого дослідження американський студентський сленг,

а предметом – його статус у парадигмі інших соціолектів англійської мови.

Метою цієї розвідки є критичний теоретичний аналіз і переосмислення доробків щодо визначення поняття “сленг” та спроба надання власного бачення американського студентського сленгу та його ролі у дискурсі.

Дослідники дискурсу визначають його як форму використання мови (language in use), “мовний корелят відповідної сфери комунікативно-мовленневої діяльності, людської свідомості та практики” [6, с. 105]. І.С. Шевченко експлікує дискурс як інтегральну частину мисленнево-комунікативної діяльності, сукупність процесу й результату, позалінгвальних і власне лінгвальних прагматичних, соціальних, когнітивних аспектів, які обумовлюють вибір мовних засобів [6, с. 106].

© Дорда В.О., 2013

Актуальність дослідження зумовлюється інтересом учених до модусів мовлення і мовленнєвої діяльності, до виявлення тенденцій та канонів соціальних груп, омовленню їх поведінки. Студентський сленг пов'язаний із соціальною стратифікацією американського суспільства, його соціальною диференціацією (соціально-груповою, соціально-демографічною, віковою), які на часі є недостатньо вивченими в науковій картині.

Питаннями сленгу займалися за традицією лексикографи, які перевагу надавали його структурі, залишаючи лакунарними теоретичні розробки проблеми. Збирачі сленгової лексики (СЛ) минулого та упорядники лексикографічних видань (Ф.Гроуз та К.Готтен) відіграли значну роль у вивченні ненормативної лексики (НнорЛ), її діяхронного і панхронного аналізу як соціолінгвістичного явища [25, с. 289].

Вагомим внеском у дослідження американського сленгу є праця Генрі Менкена “American Language” [23]. На його думку, сленг – категорія загального розповсюдження, що перебуває за межами загальноприйнятих мовних норм. Учений, стверджує, що “тривалість життя” одних сленгових одиниць (СО) визначається століттями, інші ж “безславно” гинуть, ледь з'явившись на світ.

Суттєвим кроком у вивченні питання ненормативної лексики став доробок британського лексикографа Еріка Патріджа. У працях, присвячених різним аспектам сленгу Ерік Патрідж спробував визначити місце СЛ в “системі координат” ненормативної лексики, зіставивши сленг із дотичними лексико-стилістичними категоріями; психолінгвістичні фактори, на думку вченого, зумовлюють появу стилістично зниженої лексики. Ерік Патрідж одним із перших підняв питання про таксономію сленгу та його видів. Він простежив культурно-історичні передумови неформального мовлення, його популярності на північноамериканському континенті. Вперше опублікована понад 40 років тому, праця залишається актуальною, охоплює значну кількість СО англословного світу, простежує їх етимологію. Трактатування ученим сленгової проблематики є і тепер базисним для сучасних теоретичних та прикладних праць зі сленгознавства.

Сленг розглядався переважно в ракурсі лексико-стилістичних характеристик до кінця першої половини 20 ст. І хоча окремі дослідники ще з кінця 18 ст. звернули увагу на найрізноманітніші вияви соціальної природи сленгу (наприклад, функціонування в обмежених соціоконтекстах), саме в 20 ст. було виокремлено суттєвий маркер цієї лексики – соціальний. Ще у 1926 році Г. Бредлі розглядав “інтенцію мовця” як вагомий фактор в ідентифікації сленгу [14, с. 207]. Дж. След, а за ним Г. Дрейк, привернули увагу до психосоціальної мотивації користувачів сленгового лексикону [15, с. 63–65; 27, с. 699].

У радянській лінгвістиці соціолінгвістичний підхід до студіювання сленгу розглядався визначним ученим у галузі філософії лінгвістики та соціолінгвістики Марком Михайловичем Маковським. Він один із перших поставив під сумнів тезу, що під сленгом слід розуміти лише альтернативний вокабуляр [9, с. 278]. За його переконанням, це явище охоплює окрім лексичного рівня мови ще й фонологічні, орфографічні, морфологічні, а, найголовніше, граматичні особливості. Сленг, за М.М. Маковським, – історично складена лінгво-соціальна норма, яка реалізується на рівні мовлення (фонетика, граматики, лексики), генетично й функціонально відмінна від жаргонних і професійних елементів мови; семантика сленгових лексем не завжди сягає стилістичного переосмислення, СО не обов'язково використовуються для створення стилістичного ефекту [9, с. 22-23]. Учений підрозділяв соціальні різновиди мови (інакше, соціальні діалекти) на професійні, жаргони (арго), застосовувані окремою соціальною групою з метою мовної ізоляції, та сленг.

Адгерентними до сленгу є жаргонізми, кант, арго, колоквиалізми, між якими чіткі межі важко встановити. Складність диференціації полягає в тому, що межі між ними розмиті, тому що ЛО перебувають у стані перманентної флуктуації або взагалі накладаються. “Стертість” границь є результатом того, що значна кількість ЛО оперують у спільному функціонально-стилістичному ареалі [10, с. 26].

Якщо порівнювати сленг з діалектом, то **діалект** є більш сталим явищем: основні діалекти, особливо географічні, в сукупності своїх фонологічних, граматичних та лексичних компонентів існують в мові давно, в той час як СО недовготривкі (“more ... ephemeral than ordinary language” [18, с. 17] Спільним для сленгу та діалектів є те, що вони використовуються, переважно, в усній комунікації.

Щодо **канту**, Ерік Патрідж визначав його як технічний термін для позначення вокабуляру представників злочинного світу [25, с. 66]. Він вважав, що кант має обмежений ареал поширення порівняно зі сленгом, оскільки ті, хто послуговуються ним, зацікавлені у збереженні секретності свого мовного коду, тобто сленг універсальний, в той час як кант соціально і професійно обмежений. Стюарт Флекснер, розуміє під кантом розмовну ідіоматику, яка побутує в колі представників певної професії, секти, класу, вікової групи чи будь-якої підгрупи американської культури [18, с. 18]. Таке тлумачення канту співпадає з визначенням у Енциклопедії Британіка: кант складається з нетехнічних слів та виразів обмеженого вжитку, що належать до якоїсь професійної, етнічної, вікової групи, або групи, утвореної за інтересами, хобі [29, с. 871].

У термін “**арго**” соціологи та соціолінгвісти США схильні вкладати поняття особливого вокабуляру групи, об’єднаної спільними інтересами, фахом, видами діяльності тощо [22, с. 16]. Таке означення ототожнює арго із “ситуативним діалектом” або “функціональним варіантом”, тобто “регістром” [19, с. 276–282].

Диференціація сленгового лексикону та колоквіалізмів є складним завданням. Згідно із В.А. Кухаренко, **колоквіалізми** – загально-родова група слів, що позначають повідомлення як неформальне, неофіційне та розмовне, як такі, що містять у своєму складі сленг, жаргонізми, вульгаризми та діалектизми [20, с. 30–33]. Ю.М. Скребньов розглядає колоквіалізми як “слова, забарвлені неформальністю чи фамільярністю” [11, с. 65]. Такі визначення все ж не пропонують критеріїв чіткого розмежування між колоніалізмом і сленгом. Деякі лексикографи, Стюарт Флекснер зокрема, займались

пошуками критеріїв розмежування сленгу та колоквіалізмів в ендозоні соціопсихологічного функціонування. Сленг сигналізує, що учасників комунікації єднає якийсь особливий зв’язок (‘enjoy a special fraternity’), в той час як колоквіалізми позначають неформальну соціоситуацію [18, с. 17]. Складність проведення межі між колоквіалізмами та СО, ілюструє уривок із книжки *Street Talk-2’ (Slang used by teens, rappers, surfers & popular American TV shows’)* Девіда Берка:

‘Our next story comes on the heels of yesterday’s heist which was carried out in broad daylight at the First State Bank. This morning, the same two thieves knocked off a flower shop in the same area. A crackdown is underway in order to nab these men as they face up to two years in the State Pen. Witnesses are being asked to come forward to help authorities put the two men behind bars. Some of the city’s private eyes are lying in wait for these men to pull their next bank job at which time they’ll see to it that it backfires. For the time being, these crooks are at large’ [28, с. 126].

Девід Берк кваліфікує виділені одиниці як сленгізми. Словник Роберта Чепмена трактує далеко не всі з наведених 18 одиниць так, як Д.Берк: лише 8 з них зафіксовані цим виданням (*heist, knock off, crackdown, nab, State Pen, private eyes, pull a job, crooks*) [24]. За даними видання *The Oxford English Reference Dictionary* (1996), у цитованому уривку сленг представлений лише чотирма лексичними одиницями: *heist, knock off, State Pen* та *bank job* [30]. Всі ж решта виділених одиниць марковані як колоквіалізми, ‘*informal*’ (*private eye, pull (a robbery), crook, nab, crackdown*), стилістично нейтральні (*come on the heels of, at large, backfire, come forward, carry out, behind bars, lie in wait, under way in broad daylight*) [30]. Примітно, що ‘*Dictionary of Phrasal Verbs*’ подає фразове дієслово ‘*knock off*’ в значенні “грабувати” з поміткою ‘*very informal*’ [17]. При цьому поміткою “*slang*” автори словника не послуговуються.

Процес віддалення розмовної мови в американському варіанті англійської мови від розмовної у британському варіанті, на якому наголошував Ерік

Патрідж ще в першій половині 20 ст. [25, с. 303], Генрі Менкен називав “колоквіалізацією” американського варіанту і пророкував, що він прогресуватиме [25, с. 307]. Сучасні тенденції в ендозоні лексики на американському континенті засвідчують слухність міркувань Г. Менкена. Власне цим процесом пояснюють “розмитість” меж між колоквіалізмами та сленгом у США [26, с. 75].

Проблеми диверсифікації дискурсу та його варіативності є найважливішими теоретичними питаннями сьогодення [2, с. 12]. Так, В.Б. Бурбело виділяє типи дискурсів за домінуючим комунікативним модусом й відповідними мовними та функціональними ознаками. Зокрема, розрізняються побутовий, пізнавальний, прописовий та художній дискурси, які мають історично зумовлені різновиди [4, с. 82].

З іншої точки зору О.С. Сициков виокремлював дискурси за критеріями: форми суспільної свідомості (політика, право, мораль, мистецтво, філософія, наука, релігія), види діяльності і суспільні відносини, що виникають винятково на основі суспільних потреб [12, с. 7].

Класифікація дискурсу з урахуванням двох основних факторів: сфер функціонування і характеру комунікації запропонована А.Д. Беловою [2, с. 12]. За сферами комунікації виділені наступні типи дискурсу: академічний, бізнес-дискурс, дипломатичний, переговорів, політичний, педагогічний, рекламний, релігійний, риторичний, сімейного спілкування, медичний, психотерапія юридичний, ергодічний, Інтернет-дискурс. За характером комунікації – спонтанний, підготовлений, офіційний, неофіційний, чоловічий, жіночий, дитячий, дискурс підлітків, людей похилого віку, аргументативний, конфліктний, авторитарний, лайливий

Дослідник американського військового сленгу В.В. Балабін виходить із розуміння сленгу як “ненормативної, неформальної, стилістично зниженої мови порівняно великого прошарку населення, що використовується з метою здійснення певних мовленнєвих функцій (експресивної, оцінкової, корпоративної, пейоративної, евфемістичної тощо) і складається з одиниць-сленгізмів, що мають різну лексикографічну маркованість” [1, с. 37].

Американський сленг тлумачиться У.О. Потятиник як “особливий соціостилістичний субваріант ненормативної англійської мови у США із наскрізною соціодемографічною дистрибуцією, який характеризується: соціопсихологічною мотивацією вживання; соціостилістичною зниженістю повідомлення; домінуванням конотативного компонента над денотативним; неодмінно більш чи менш обмеженою функціональністю; неоднорідністю складу; надлексикалізацією певних сфер” [10, с. 38]

За нашою концепцією, **американський студентський сленг** є нормативно зниженим, емоційно забарвленим, функціонально обмеженим мовним субкодом соціально-вікової групи студентської молоді, що відображає її світогляд і ціннісні орієнтири і виконує комунікативну, номінативну, когнітивну, емотивно-експресивну, презентаційну, евфемістичну функції.

Студентський дискурс належить до різновидів дискурсу за характером комунікації та сферою використання. Сленг належить до повсякденної лексики; сленгові словосполучення описують: людину (чоловіка/жінку): *jailbait* “a young woman, or young women collectively, considered in sexual terms but under the age of consent”, *jersey chaser* “a lady who wants to get with football/basketball players”, *meathead* “a guy of low intelligence and a thick neck”; *sonny* “an extremely good-looking male”; стан і відчуття людини (дуже часто після прийому алкоголю, наркотиків, різних станів стресу): *beeracle* “a miracle that is caused by drinking beer”; *beer goggles* “one’s perception when under the influence of alcohol”; *DUI* “short for Dialing Under the Influence”; гроші: *cash cow*, *money tree* “an ATM”; *yuppie food coupons* “\$20 bills”; автотранспортні засоби: *penalty box* “the area behind the back seat of a SUV, which usually accommodates the sixth passenger who needs a ride”; *flip a bitch* “to make a sharp left or a U-turn”; одяг: *to go commando* “not to wear any underwear”; *daisy dukes* “short shorts made from cut-off jeans”; соціальні відносини: *exit strategy* “the plan to get of a relationship”; *to parent-proof* “to prepare a room for a visit from the parents”; а також емоції, спілкування, навчання [31]. Це свідчить, що сленгізація підля-

гають поняття, що є найбільш важливими, актуальними, часто вживаними американськими студентами; що належать до найбільш “виділених” сфер у їх картині світу.

Таким чином, одиниці студентського сленгу увібрали в себе не тільки жаргонізми маргінальних груп, але і є одним із самих потужних каналів їхньої популяризації й асиміляції в загальному сленгу й – в окремих випадках – у розмовній лексиці літературної мови. Студентський сленг є одним із джерел поповнення лексики американського варіанта літературної мови й одним з елементів американської культури. Важлива відмінність спеціального студентського сленгу від інших груп ненормативної лексики в тому, що це відкрита, проникна система – з одного боку, а з іншого, – деякі одиниці студентського сленгу, набуваючи більшої популярності і розширивши сферу свого вживання, стають частиною загального сленгу. Перспективи його дослідження вбачаємо у вивченні соціолінгвістичних параметрів американського студентського сленгу, процесів сленгізації та десленгізації в сучасній англійській мові.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабін В.В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу / В.В. Балабін. – К. : Логос, 2002. – 313 с. 2. Белова А.Д. Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у англійській лінгвістиці / А.Д. Белова // Вісник Іноземна філологія. – К., 2002. – Вип. 32–33. – С. 10–14. 3. Бурбело В.Б. Сучасні концепції дискурсу та лінгвопрагматичні засади дискурсології / В.Б. Бурбело // Іноземна філологія. – К., 2002. – Вип. 32–33. – С. 79–84. 4. Гальперин И.Р. О термине «сленг» / И. Р. Гальперин // Вопросы языкознания. – 1956. – № 6. – С. 107–114. 5. Гонта І.А. Структурні й семантичні особливості композит-метафор в американському сленгу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / І.А. Гонта. – К., 2000. – 20 с. 6. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / [Л.Р. Безугла, С.В. Бондаренко, П.М. Донець та ін.] ; під заг. ред. І.С. Шевченко. – Харків : Константа, 2005. – 356 с. 7. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови / Ю.А. Зацний – Запоріжжя : Вид-во Запоріж. держ. ун-ту, 1998. – 430 с. 8. Клименко О.Л.

Поповнення словникового складу англійської мови з нелітературних підсистем : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.Л. Клименко. – Харків, 2000. – 20 с. 9. Маковский М.М. Языковая сущность современного английского сленга / М.М. Маковский // Иностран. яз. в школе. – 1962. – № 4. – С. 102–113. 10. Потятиник У.О. Соціолінгвістичні та прагматистичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Уляна Олексіївна Потятиник. – Львів, 2003. – 246 с. 11. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка / Ю.М. Скребнев. – М. : Астрель, 2000. – 224 с. 12. Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04. “Германские языки” / О.С. Сыщиков. – Волгоград, 2000. – 24 с. 13. Швейцер А.Д. История американского варианта английского языка: дискуссионные проблемы / А.Д. Швейцер // Вопросы языкознания. – 1995. – № 3. – С. 77–91. 14. Bradley H. Slang / H. Bradley // The Encyclopaedia Britannica. – 13th ed. – London : The Britannica, Inc., 1926. – Vol. 25. – P. 207–210. 15. Drake G.F. The Social Role of Slang / G.F. Drake // Language: Social Psychological Perspectives ; ed. by H. Giles. – Oxford : Pergamon Press, 1980. – P. 63–70. 16. Eble C. Slang and Sociability: in-group language among college students / C. Eble. – Chapel Hill, NC : University of North Carolina Press, 1996. – 228 p. 17. Dictionary of Phrasal Verbs ; ed. by J. Sinclair. – London : Collins, 1990. – 491 p. 18. Flexner S.B. Preface to the Dictionary of American Slang / S.B. Flexner // New Dictionary of American Slang; Comp. by R. Chapman. – New York : Harper and Row, 1986. – P. XVII–XXVIII. 19. Holms J. An Introduction to Sociolinguistics / J. Holms/ – New York : Longman, 1997. – 412 p. 20. Kukharensko V.A. A Book of Practice in Stylistics / V.A. Kukharensko. – Вінниця : Нова книга, 2000. – 160 с. 21. Labov W. The Study of Non-Standard English / W. Labov. – Champaign, Ill. : National Council of Teachers of English, 1970. – 73 p. 22. Lighter J.E. Introduction: What is Slang? / J.E. Lighter // Random House Historical Dictionary of American Slang. Comp. by J. Lighter; ed. by J. Sheidlower. – New York : Random House, 1994. – Vol.1. – P. xi–xxxvii. 23. Mencken H.L. The American Language / H.L. Mencken. – New York : A.A. Knopf, 1992. – 777 p. 24. New Dictionary of American Slang ; Comp. by R. Chapman. – New York : Harper and Row Publishers, 1986. – 485 p. 25. Partridge E. Slang Today and Yesterday / E. Partridge. – New York : The

-
- Macmillan, 1934. – 476 p. 26. Partridge E. Usage and Abusage / E. Partridge. – Penguin Books, 1973. – 380 p. 27. Sledd J. On Not Teaching English Usage / J. Sledd // English Journal. – 1965. – Vol. 54. – P. 698–703. 28. Steet Talk-2 / Comp.by D. Burke. – San Francisko : Optima Books, 1992. – 254 p. 29. The New Encyclopaedia Britannica. – Macropaedia. – 15th ed. – Encyclopaedia Britannica Inc.,1993. – Vol. 10. – P. 871–872. 30. The Oxford English Reference Dictionary. – Oxford : OUP, 1996. – 1686 p. 31. Turd Ferguson and the Sausage Party. An Uncensored Guide to College Slang / [Comp.by Ben Applebaum and Derrick Pittman]. – Universe, Inc., Lincoln. – 85 p.

УДК 811.111:81'373

**КОНОТАТИВНИЙ КОМПОНЕНТ
ЛЕКСИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ ДЕМІНУТИВІВ
В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ**

Ю.Б. Мінцис (Івано-Франківськ)

У статті узагальнено існуючі у сучасному мовознавстві дослідження конотативного компонента лексичного значення демінутивів з точки зору лінгвістичної семантики; на матеріалі художньої прози проаналізовано емоційно-оцінні особливості демінутивів.

Ключові слова: демінутив, демінутивність, емоційно-оцінний, конотативний компонент, конотація, лінгвістична семантика.

Мінцис Ю.Б. Коннотативный компонент лексического значения диминутивов в англоязычном художественном тексте. В статье обобщены существующие в современном языкознании исследования коннотативного компонента лексического значения диминутивов с точки зрения лингвистической семантики; на материале художественной прозы проанализированы эмоционально-оценочные особенности диминутивов.

Ключевые слова: диминутив, диминутивность, коннотативный компонент, коннотация, лингвистическая семантика.

Mintsy Y. B. Connotational component of the lexical meaning of diminutives in English fiction text. The article generalizes existing in modern linguistics investigations of the connotational component of the lexical meaning of diminutives from the point of view of linguistic semantics; on the basis of fiction prose, it analyses emotive-evaluative peculiarities of diminutives.

Key words: diminutive, diminutivity, emotive-evaluative, connotational component, connotation, linguistic semantics.

Демінутивність в англійській мові є однією із суперечливих проблем, яка привертає увагу вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, і яка ще не розглядалася як єдина система, що конститується елементами різних рівнів мови. Цим зумовлена актуальність дослідження. Метою дослідження є здійснення аналізу конотативного компонента лексичного значення демінутивів. Мета передбачає вирішення таких завдань: узагальнити існуючі у сучасному мовознавстві дослідження демінутивності з точки зору лінгвістичної семантики, проаналізувати емоційно-оцінні особливості демінутивів із значенням “зменшуваності”. Об’єктом дослідження є демінутиви в англійському художньому тексті. Предметом дослідження – характеристика конотативного компонента лексичного значення демінутивів у художньому тексті.

Матеріалом дослідження слугують художні твори Редьярда Кіплінга, Роальда Дала та Кеті Флінн.

Природа явища демінутивності може бути описана з опертям на дані, отримані лінгвістичною семантикою, тобто в процесі вивчення демінутивних утворень як одиниць лексичного значення з певною семантичною структурою.

У лінгвістичній семантиці існує три підходи до вивчення лексичного значення. Мікрокомпонентний підхід (Ю.Д. Апресян, В.Г. Гак, Д. Катц) постулює поділ лексичного значення на мікрокомпоненти – однорідні за ступенем складності семантичні компоненти. Семантичний компонент – це мінімальна частина лексичного значення, менша, ніж все значення. Для макрокомпонентного підходу, який базується на припущенні про неод-

© Мінцис Ю.Б., 2013

норідність лексичного значення, характерне виділення спочатку макрокомпонентів лексичного значення, яке після того поділяється на мікрокомпоненти – семи (І.В. Арнольд, Р.С. Гінзбург). Третій підхід – аспектний (І.А. Стернін) – передбачає виділення різних аспектів лексичного значення – сигнікативного, денотативного, емоційного, оцінного, прагматичного, структурного.

І.В. Арнольд відрізняє поняттєвий зміст (предметно-логічне значення, через яке поняття співвідноситься з дійсністю), емоційний зміст (вираження емоційного стану мовця чи оцінки) та стилістичне забарвлення (приналежність до того чи іншого функціонального стилю).

У лінгвістичній семантиці для опису демінутивів можна застосувати двокомпонентну та трикомпонентну моделі аналізу лексичного значення слова. Двокомпонентна модель являє собою співвідношення денотативного та конотативного типів інформації. І.В. Арнольд, Н.А. Лукьянова, І.А. Стернін, В.П. Берков, Е.М. Меднікова та інші вважають, що перша частина інформації, денотація, є обов'язковою, друга, конотація, в яку входять емоційний, оцінний, експресивний та стилістичний компоненти значення, є факультативною. Усі чотири компоненти конотації можуть зустрічатися разом, у різних комбінаціях, чи взагалі бути відсутніми [2, с. 26–27]. Трикомпонентна модель (Н.Д. Аругіонова, О.Л. Бессонова, О.М. Вольф, Т. Космеда, М.П. Сусов) – це співвідношення у лексичному значенні трьох компонентів – денотативного (логічного усвідомленого), сигнікативного (емоційно-оцінного компонента значення) та прагматичного (вказівки на контекстуальні та комунікативні умови вживання демінутивної форми) [7, с. 135].

Конотація використовується для вторинної номінації і сприяє відтворенню емоційно-експресивних відтінків висловлювання. Конотативний компонент значення, який вносить додатковий смисл до денотативного значення включає семантичні компоненти “оцінка” та “емоція”. Емоційний та оцінний компоненти в структурі слова тісно пов'язані і інколи їх важко розрізнити, проте вони не ідентичні. Окремі емоційні слова не містять оцінки

(для прикладу, вигуки), а в інших – оцінка складає частину їх смислової структури, але вони не належать до емоційної лексики (*good, bad, love, suffer*).

Під емоційним компонентом конотації розуміється вираження словом емоцій чи почуттів, а під оцінним компонентом значення – “схвальну та несхвальну оцінку, що міститься у значенні слова” [15, с. 50]. Емоційний компонент значення включають у конотацію Н. Амосова, І. Гальперін, К. Левковська, В. Михайловська, Н. Павлова та інші. Л.Ю. Резніченко під емотивністю розуміє лінгвістичне вираження емоцій, а під емотивним компонентом значення – “ту семантичну долю, з допомогою якої мовна одиниця втілює свою емотивну функцію” [13, с. 25].

На думку В. Дресслера та Л. Мерліні-Барбаресі емотивність є додатковою, варіантною властивістю конотації. Емоційність за своєю суттю є оцінною, хоча протилежний варіант не є обов'язковим: оцінка не завжди є емоційною. Проте в будь-якому випадку, конотаційна характеристика [емоційний компонент] базуватиметься на загальному прагматичному оцінному відношенні автора [20, с. 141].

У складі емотивної лексики виділяють три групи: 1) слова з яскравим конотативним значенням, що містять оцінку фактів, явищ, ознак; 2) багатозначні слова, нейтральні у своєму основному значенні, але емоційні у переносному вживанні; 3) слова з суфіксами суб'єктивної оцінки, що передають різні відтінки почуттів. Демінутиви можна віднести до останньої групи, оскільки їх оцінні значення зумовлені не номінативними характеристиками, а словотвірними через суфікси (*a catty-shaped kind of beast; two piggy eyes* [26, с. 50]; *the woolly hat and scarf were for Auntie Fee; we're both giving Gammy the lovely blue cardigan* [25, с. 9]).

Аналітичність англійської мови зумовлює утворення демінутивних словосполучень, в яких елементом з демінутивною семантикою є прикметники *little* та *small* та їх синоніми *tiny, teeny* та інші. Деякі науковці виводять ці прикметники за межі лексико-семантичної групи розміру саме через емоційний компонент їх значення [14, с. 284]. Так, на-

ступні приклади демонструють цілий спектр позитивних емоцій (зменшеність, ласкавість, дружнє ставлення, приязнь і ніжність, жартівливість, співчуття): *little cradle* (колисочка), *little feet* (ніжки)[17]; *Come hither, Little One* [26, с. 80]; *I know a person small – /She keeps ten million serving-men, /Who get no rest at all* [26, с. 9]; *Small-person-without-any-manners-who-ought-to-be-spanked* [26, с. 134]; *Miss Honey was astounded by the wisdom of this tiny girl* [24, с. 81]; *Lavender was ... a skinny little nymph with deep-brown eyes* [24, с. 101]; *He was a brave little fellow and one could see that he was trying not to be scared by the Gordon who towered above him* [24, с. 136]; *“Libby Sheridan, you’re a little horror,” her mother said roundly, but Libby saw that she was smiling* [25, с. 73] та негативних емоцій (несхвалення, іронію, відразу, роздратування, невдоволення), які виражаються прикметниками *little* та *small*: *I’m sitting pretty in a nice house with a successful businessman and you’re left slaving away teaching a lot of nasty little children the ABC* [24, с. 98]; *They are far too wrapped up in their own small struggles to worry over-much about what others are doing and why* [24, с. 101]; *Do you deny it, you miserable little gumboil?* [24, с. 119]; *I have 8 coconuts, 8 monkey-nuts and eight nutty little idiots like you* [24, с. 216].

Експресивність виникає в результаті незвичайного стилістичного використання тих чи інших мовних засобів, інтенсифікації якісних та кількісних характеристик означуваного, використання асоціативних образів, що викликають позитивну та емоційну оцінку. В англійській мові експресивність характерна для одиниць усіх рівнів, включаючи словотвірний рівень – афікси. Оскільки вживання демінутивних афіксів є відносно обмеженим, їх включення в текст само по собі вже створює його експресивність [6, с. 9]. Наприклад: *When Nursey lies on the floor in a heap, /And Mummy tells you to let you sleep* [26, с. 36]; *Most of them (little girls) prefer to draw pictures and play about with their Daddies* [26, с. 136]; *Kiddies and grown-ups too* [26, с. 45].

Експресивність – це “сукупність семантико-стилістичних ознак одиниці мови, які забезпечують

її можливість слугувати в комунікативному акті засобом суб’єктивного вираження відношення мовця до змісту чи адресата мовлення” [5, с. 591]. Експресивність є значно ширшим поняттям, ніж емоційність, оскільки породжується не тільки емоціями, а й мисленням, інтелектом, волею, етикою, естетикою, конкретним світосприйняттям мовців [1, с. 14]. С.М. Антонюк виділяє об’єктивне та суб’єктивне експресивне значення. Перше закладене в самій семантиці слова і може також виражатися формою слова, суфіксом, що надає слову емоційного відтінку: *doggie, birdie, sonnie, dearie, nightie, brooklet, booklet, cocklet, dukeling, manling*. Експресивне значення виражається тільки у певному контексті суб’єктивною оцінкою – позитивною та негативною.

В основі експресії лежить невідповідність мовного засобу певним мовним стандартам: “будь-яке навмисне порушення мовних норм на всіх рівнях структури мови слугує основою для виникнення експресивного ефекту” [10, с. 86]. Таким чином, найбільшою експресивністю володіють мовні одиниці зниженого стилю та розмовної мови. Саме цим можна пояснити високу експресивність демінутивних утворень англійської мови та їх розповсюдженість у розмовній англійській мові.

Беручи до уваги експресивну функцію, яку виконують демінутиви, роль конотативного компонента їх лексичного значення надзвичайно важлива, оскільки, це, власне, є смислом існування такого слова в мові. Конотативні семи в значенні експресивних слів є ядерними, а не периферійними [8, с. 15], тому їх роль у дослідженні демінутивів як засобів вираження експресії є першочерговою.

Оцінність також, поряд з емоційністю, входить до експресивності як невід’ємний компонент. Оцінка, будучи однією з найважливіших складових когнітивної діяльності людини, є частиною смислу будь-якого висловлювання. Роль оцінки, на думку Н.Д. Арутюнової, полягає у співвіднесенні об’єктів із ідеалізованою, нормативною картиною світу [3, с. 5-7].

Категорійна сема оцінки є релевантною для будь-якого демінутива і виступає константою

поряд з об'єктивними ознаками зменшуваності [12, с. 6]. Оцінка може містити нульовий емоційний компонент, проте емоційний компонент завжди передбачає наявність оцінки, тому що будь-яка емоція носить оцінний характер. Оцінність може виражатись в денотативному компоненті значення або оцінною може бути уся номінація в цілому [9, с. 81].

З одного боку, демінутиви виражають судження “внутрішньої оцінки”, для прикладу, почуття симпатії, антипатії, байдужості. З іншого боку, демінутивні утворення виражають представлення суб'єкта про певні зразки, ідеали, стандарти. А.О. Буряковская стверджує, що демінутиви об'єднують ці два типи оцінки, оскільки мовець порівнює об'єкти і виражає свої суб'єктивні емоції [12, с. 25].

Конотативні значення демінутивів можуть виражати позитивну та негативну оцінку. Так, А.Н. Кузьменкова до значень першої групи відносить демінутиви, які надають висловлюванню підкресленої ввічливості, ввічливого вибачення, позитивного відношення. Демінутиви також можуть передавати негативну оцінку професійних та інших якостей особистості, об'єкта, явища, події.

Поле експресивності, що створюється демінутивними суфіксами, може допускати різноманітні додаткові відтінки значень: 1) ніжності, 2) зменшеності поряд із відношенням прихильності чи ніжності залежно від контексту, 3) іронічної конотації, 4) применшення або ніжності залежно від контексту, 5) зневажливості, 6) наближеної кількості, 7) унікальності, 8) надання дружнього тону розмові [19, с. 375]. Можна також виділити відносно нетрадиційні демінутивні значення задоволення, тривоги, жалості, неприязні, незадоволення, грайливості, анти-сентиментальності, анти-поваги та інші відтінки емоційних значень [16, с. 185–186]. За допомогою демінутива можуть передаватись здивування, невпевненість, спантеличення, страх тощо [11, с. 41], іронія, фамільярність [20].

Існує два підходи до трактування інваріантності денотативного та конотативного значення демінутивності. Максималістське бачення (В. Телія, І. Арнольд, В. Шаховський, В. Дресслер, Л. Мер-

ліні-Барбаресі) полягає в тому, що денотативне значення зменшуваності відноситься до морфосемантики, все решта – сфера існування морфопрагматики. Проте в такому випадку всі постійні конотації демінутивів вважатимуться конотативними лексикалізаціями. Гіпотеза максималістського підходу постулює неможливість існування інваріантного конотативного значення демінутивних утворень [22, с. 12], яке є семантичною характеристикою значення прямо базованою на прагматиці, оскільки стосується емоційного відношення мовця або є в межах авторської перспективи. У різних ситуаціях один і той самий демінутив може отримати позитивну чи негативну оцінку, яка залежить від багатьох факторів, для прикладу, семантики основи демінутива, комунікативної цілі, з якою він був використаний, та соціальної ситуації. Мінімалістський підхід (Ю. Апресян, Д. Шмельов, А. Буряковская) постулює існування інваріантного денотативного та конотативного значення.

Слід зазначити, що об'єднання нейтральної основи та демінутивного суфікса можуть створювати слово з позитивним ((*lion – lionet* (левчик), *cloud – cloudlet* (хмаринка), *cat – catling* (котик)) та негативним емоційним забарвленням ((*king – kinglet* (царьок), *prince – princeling* (принцик), *lord – lordling* (лордик)) [4, с. 51]; *I can't get used to bein' served by nippies that are old enough to be my mam* [25, с. 157]. Що ж до основи з негативною семантикою, під час приєднання демінутивного суфікса, негативне значення послаблюється та нівелюється: *Besides, the dim blue lights in trams make us all look like ghoulies and ghosties, so I shouldn't worry if I were you* [25, с. 142].

Зазвичай, демінутивність виражає позитивну оцінку та значення “хороший, приємний, славний”, тобто відбувається зміщення значення від нейтральності до позитивної емотивності: *She would never get back to sleep again without a little something in her tummy* [25, с. 74]. Проте існують демінутивні утворення, що знижують якісні чи кількісні характеристики об'єкта. Так, сема неповноти прояву ознаки у прикметниках реалізується суфіксом *-ish*: *a blackish bulgy nose, sandy-*

yellowish grass, a yellowish-greyish-brownish stone and clump of grass, grayish-yellowish-reddish High Veldt, a blackish-brownish colour [26, с. 58]; *each smallish building was separated from its neighbours by a bit of a garden* [24, с. 92].

Стосовно демінутивів, утворених від прикметників з позитивною семантикою, вони виражають менш позитивну оцінку і отримують смисловий відтінок презирливості, приниження по відношенню до співрозмовника. Демінутиви, утворені від прикметників з негативною семантикою, отримують додатковий компонент співчуття, жалості тощо (*wirdie*).

В австралійському варіанті англійської мови демінутиви можуть виражати товариськість, гарний настрій, близькість і комічність ((*Chrissy prezies* (Christmas presents), *brekkies* (breakfast), *barbie* (barbecue), *rellies* (relatives), *postie* (postman), *kindy* (kindergarten)), роздратування та глузування (*Those bloody maggies! Those bloody birdies!*) [20, с. 364-365].

Інколи важко диференціювати актуалізацію денотативного (розмір) чи конотативного (ласкаве відношення) значень демінутивів. Дискусійним питанням залишається системність/оказіональність значень демінутивних утворень. Згідно з А.О. Буряковською, демінутив виражає емоцію, якщо зміна розмірів предмета, який він називає, є неможливою. У випадку можливості зміни розмірів об'єкту, виділення значення базується з увагою на контекст та ситуацію [4, с. 14]. Схожу думку висловлює Р. Помірко: “Демінутивний суфікс, об'єднуючи семи суб'єктивної оцінки та об'єктивного зменшення, у мовленнєвій реалізації може втрачати одну із зазначених сем у випадках, коли твірна основа або контекстуальні ситуації не толерують однієї із зазначених вище сем” [12, с. 6]. Деякі зарубіжні лінгвісти також вважають, що відтінки значень демінутивів у значній мірі залежать від контексту [21].

Крім цього, невизначеним є питання про першочерговість сем у семантичній структурі демінутивів – семи зменшеного розміру чи емоційної оцінки. Перша точка зору [23, с. 18] доводить, що для семантичної структури демінутивів характерне

виключно оцінне значення, а сема зменшеного розміру актуалізується лише в контексті. А. Зібберер стверджує, що демінутивами є емоційно заряджені “слова, що викликають симпатію” [23, с. 85]. Відповідно до другої точки зору [20] інгерентною семою демінутивних утворень є значення зменшуваності, а значення емоційності – контекстно залежне. Третій підхід до семантичної структури демінутивів пропонує С. В. Шедогубова, яка стверджує, що обидві семи – малості і оцінки – є інгерентними та незалежними від контекстного оточення. Вони входять як до смислової структури демінутивів, так і смислової структури демінутивного суфікса [17, с. 25].

Отже, конотативне значення демінутивів виражається оцінним та емоційним компонентами. Демінутиви можуть виражати позитивну, негативну оцінку та цілий спектр емоцій. Висока експресивність демінутивних утворень пояснює їх поширеність у розмовній англійській мові та у художній прозі. Перспективи аналізу: у перспективі видається доречним розглянути лінгвокогнітивні особливості демінутивної лексики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк С.М. Збереження емоційно-експресивного забарвлення слова при перекладі [Текст] / С.М. Антонюк // Актуальні проблеми філології та перекладознавства : зб. наук. пр. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – Вип. 4. – С. 13–15.
2. Арнольд И.В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика ее исследования / И. В. Арнольд. – Л. : Просвещение, 1966. – 192 с.
3. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 338 с.
4. Большой энциклопедический словарь. Языкознание / [под ред. В.И. Ярцевой]. – М. : Науч. изд-во “Большая Российская Энциклопедия”, 1998. – 685 с.
5. Буряковская А.А. Диминутивность в английской языковой картине мира : дис... канд. филол. наук : 10.02.04 / Буряковская Анна Александровна. – Тула, 2008. – 153 с.
6. Гиндлина И.М. Экспрессивные словообразовательные средства в художественной речи и способы их передачи при переводе : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук / И.М. Гиндлина. – Москва, 1999. – 16 с.
7. Долозова О.Н. О различных типах информации, передаваемых

диминутивними производними (на матеріалі ительменського мови) / О.Н. Долозова // Вестник Санкт-Петербурзького університету. – Санкт-Петербург. – 2007. – Сер. 9. – Вып. 2. – Ч. II. – С. 135–141.

8. Исакова С.Ш. Средства выражения категории диминутивности в английском и русском языках (на материале английской и русской художественной прозы XIX–XX веков) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Исакова Саидат Шамиловна. – Махачкала, 2006. – 190 с.

9. Корунець Л.І. Категорія демінутивності в англійській та українській мовах / Л.І. Корунець // Мовознавство. – 1981. – № – С. 81–85.

10. Крылова О.А. Лингвистическая стилистика : учеб. пособие. Кн. 1. Теория / О.А. Крылова. – М. : Высш. шк., 2006. – 319 с.

11. Кузьменкова В.А. Диминутив как средство выражения имплицитных смыслов высказывания / В.А. Кузьменкова // Язык. Сознание. Коммуникация [Сборник]. – М. : МАКС Пресс Москва, 2007. – С. 38–44.

12. Помірко Р. Аспекти семантичної категоризації демінутивних суфіксальних похідних в іспанській мові / Р. Помірко // Вісник Іноземна філологія. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка. – 2005. – Вип. 115. – С. 3–8.

13. Резниченко Л.Ю. Прагматика диминутивности в английском и немецком языках : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Резниченко Лариса Юрьевна. – Петербург, 2000. – 176 с.

14. Соловйова О. Еволюція прикметників із значенням “маленький” в англійській мові / О. Соловйова // Наукові записки. – Вип. 95. – Серія : Філологічні науки (мовознавство) : У 2 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2011. – С. 282–287.

15. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи / И.А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 171 с.

16. Федорова Л.Л. Эмоции в грамматике / Л.Л. Федорова // Эмоции в языке и речи. – М. : Изд-во РГГУ, 2005. – С. 178–179.

17. Хомечко Г. Диминутиви як самобутня прикмета української мови

[Електронний ресурс] / Ганна Хомечко. – ПЕРЕКЛАДАЦЬКА МАЙСТЕРНЯ 2000-2001. – Режим доступу : http://www.humanities.org.ua/TW/OR/homechko_OR.htm. 18. Шедогубова С.В. Структурно-семантичний і прагматичний аспекти категорії диминутивности в сучасному німецькому мові : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Шедогубова Светлана Викторовна. – Воронеж, 2004. – 176 с.

19. Derkacz-Padiasek T.I. Semantic extension of diminutives in Ukrainian / T.I. Derkacz-Padiasek // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острог, Вид-во Національного університету “Острозька академія”. – Вип. 9. – 2008. – С. 371–380.

20. Dressler W.U. Morphopragmatics. Diminutives and Intensifiers in Italian, German and Other Languages. / Dressler U.W., Merlini B.L. – Berlin, New York : Mouton de Gruyter, 1994 – 682 p.

21. Goddard Cliff. Semantic Analysis : A Practical Introduction / Cliff Goddard. – Oxford : Oxford University Press. – 2011. – 490 p.

22. Minaabad M.S. Semantic description of adjectives small and little and the effect of context on meaning representation of the mentioned adjectives in translation of Persian to English languages texts [Електронний ресурс] / M.S. Minaabad, A. Pishgar, S. Pouralkhas, E. Shafighi. – 2011. – Режим доступу : <http://www.textroad.com/pdf>.

22. Schneider K.P. Diminutives in English / K.P. Schneider. Niemeyer, 2003. – 254 p.

23. Sieberer A. Das Wesen des Diminutivs / A. Sieberer // Die Sprache. – 1980. – N 2. – S. 85–121.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

24. Dahl R. Matilda / R. Dahl. – L. : Puffin Books, 1989. – 240 p.

25. Flynn K. Such Sweet Sorrow / K. Flynn. – L. : Arrow Books, 2008. – 506 p.

26. Kipling R. Just So Stories / R. Kipling. – Moscow : Progress Publishers, 1972. – 254 p.

ЛІНГВОСТИЛІСТИКА

УДК 821.111-1.09

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И СТИЛЯ ПОЭТОВ-“ЛЕЙКИСТОВ”

В.Ф. Антонова, канд. филол. наук (Харьков)

В статье рассматриваются особенности языковых и стилиевых средств в произведениях В. Вордсворта и С. Кольриджа. В. Вордсворт стремился расширить рамки традиционной поэзии, наполнив её психологической глубиной, значительно обновив и вместе с тем упростив арсенал её художественных средств. Большинство произведений С. Кольриджа написаны стихотворным размером английских народных баллад, с приёмами форм-повторений. В целом, поэзия автора объединяет музыкальные, словесные и живописные возможности с целью более полной передачи чувств, настроений, душевного состояния человека.

Ключевые слова: метафора, стиль, художественные средства, эпитеты, язык.

Антонова В.Ф. Особливості мови і стилю поетів-“лейкистів”. У статті розглядаються особливості мовних і стильових засобів у творах В. Вордсворта і С. Кольриджа. В. Вордсворт прагнув розширити рамки традиційної поезії, наповнивши її психологічною глибиною, значно відновивши і в той же час спростили арсенал її художніх засобів. Більшість творів С. Кольриджа написані віршованим розміром англійських народних балад, з прийомом форм-повторень. У цілому, поезія автора об'єднує музичні, словесні і живописні можливості з метою повнішої передачі відчуттів, настроїв, душевного стану людини.

Ключові слова: метафора, стиль, художні засоби, епітети, мова.

Antonova V.F. The peculiarities of the language and style of the “lake” poets. Peculiarities of language and style are examined in W. Wordsworth's and S. Coleridge's works. W. Wordsworth tried to expand the frames of traditional poetry, having filled it with psychological depth, considerably having updated it and at the same time having simplified an arsenal of its art means. The majority of S. Coleridge's works are written by a meter of English folk songs, with means of form repetitions. On the whole, the authors' poetry unites musical, verbal and picturesque possibilities with the purpose of more complete rendering of feelings, moods, states of mind of a person.

Keywords: metaphor, style, artistic means, epithets, language.

В современной науке интерес исследователей к эпохе британского романтизма постоянно растет. Многие учёные занимаются изучением актуальных вопросов, связанных с романтическим направлением, а именно анализом языковых и стилиевых средств (Ф. Остин, Д. Биалостовский.). В связи с этим актуальным является исследование языковых и стилиевых средств: собственно текстовых (тропы, поэтический синтаксис, композиционные и сюжетные решения и др.) и внетекстовых (мотивов, символов, циклов, и т.п.) в произведениях английских романтиков.

Объект статьи – произведения В. Вордсворта “We are Seven”, “The Solitary Reaper”, “The Rime

of the Ancient Mariner” С. Кольриджа.

Предмет статьи – рассмотрение языковых и стилиевых средств в произведениях В. Вордсворта и С. Кольриджа. Целью является определение стилиевых и языковых средств, которые проявляются в создании фантастических образов с помощью метафор и сравнений, что делает образы реальными и осязаемыми.

Материал. Первый этап английского романтизма представлен так называемой “The Lake School of Poets”, объединившей английских поэтов-романтиков, живших на севере Англии, в “краю озёр” (графства Уэстморленд и Кэмберленд). Яркие представители “озёрной школы” – С. Кольридж,

В. Вордсворт – внесли в европейский литературный процесс удивительные новации в интерпретации и воссоздании художественной реальности. Благодаря данным поэтам поэзия стала более радикальной. Противопоставив своё творчество классицистической и просветительской традиции XVIII века, “лейкисты” осуществили романтическую реформу в английской поэзии.

Первое совместное произведение В. Вордсворта и С. Кольриджа – сборник “Lyrical Ballads” (1798), который явился программным. В нем задекларирован отказ от старых классицистических образцов и провозглашение демократизации проблематики, расширение тематического диапазона, новаторство в системе стихосложения. Романтическое мировосприятие формировалось, с одной стороны, под влиянием неприятия буржуазной цивилизации, а с другой – в результате критического осмысления трагического опыта Французской революции.

В. Вордсворт называет своё стихотворение “The Solitary Reaper”, и уже в первой строфе это название повторяет четыре раза, но каждый раз даёт уточнение новым синонимом (*single, solitary, by herself, alone*). Девушка, занимающаяся тяжёлой и нудной работой, поёт свою песню, и автор чувствует в ней инстинктивную любовь к красоте, что характеризует одарённую натуру. И читатель понимает это, потому что автор позволяет ему увидеть красоту и богатство голоса и природы девушки (это богатство настолько огромно, что “*the vale profound/is overflowing with the sound*”). Богатство звука создаётся с помощью метафоры-глагола *overflow* (в другом случае – *flow*) и гиперболическим утверждением, что конца песни не было, а также тем, что случайный слушатель продолжал стоять (“*motionless and still*”) и слушать музыку, которая продолжала звучать, когда он уже не мог слышать её. Богатство мелодии также выражается частым повторением слов “*sing*” и “*song*” (четвертая строфа: *sang – song – singing*), такими сонорными согласными, как *n, m*, особенно в сочетаниях, типа – *ng, nt, nd* (в первых четырех строках второй строфы различные сочетания с *n* встре-

чаются 11 раз в 18 словах, или, в первой строфе 18 раз в 33 словах). Из 32 строк поэмы только в 6 строках сочетания с согласным звуком *n* используются два раза, из этих шести строк – три основываются на аллитерации согласного звука *m*, что также создает музыкальный эффект (“*Or is it some more numble lay, / Familiar matter of to-day*” и “*The music in my ear I bore*”). Читатель понимает, что песня девушки очень грустная, так как автор использует эпитеты “*melancholy*”, “*plaintive*”, а также слова “*unhappy things*”, “*sorrow, loss or pain*”. Девушка, “изливающая душу” в музыке, ни на минуту не оставляющая свою работу, олицетворяет собой смелость и храбрость. Автор описывают жницу простыми словами, поэтому возвышенной, поэтической лексики в поэме очень мало (*behold, yon, solitary, chaunt, haunt, lay*). Остальные – слова, употребляемые в повседневной жизни: *reap, cut, bind, grain*. Но и эти простые слова приобретают поэтическую семантику. Например, В. Вордсворт представляет свою героиню лексемой “*lass*” – это слово не представляет литературной ценности и используется только в шотландском диалекте. Но, обращаясь к героине как к “*maiden*” в конце поэмы, автор показывает эстетическое равенство деревенского “*lass*” и более нейтрального “*maiden*”. Простота стиля достигается простотой образов. “*The vale overflowing with the sound*” – один из самых заметных художественных образов; звуки (или “*numbers*”), которые “текут” (“*flow*”) – метафора, уже устоявшаяся в языке, но у В. Вордсворта она звучит по-новому. С фразой “*breaks the silence of the sea*” устоявшаяся метафора “*broken silence*” обновляется. Богатство мелодии также усиливается частым повторением слов “*sing*” и “*song*” (четвертая строфа: *sang – song – singing*), такими сонорными согласными, как *n, m*, особенно в сочетаниях, типа *ng, nt, nd* (в первых четырех строках второй строфы различные сочетания с *n* встречаются 11 раз в 18 словах, или, в первой строфе 18 раз в 33 словах). Из 32 строк поэмы только в 6 строках сочетания с согласным звуком *n* используются менее двух раз, из этих шести строк – три основываются

на аллитерации согласного звука *m*, что также создает музыкальный эффект (“Or is it some more numble lay, / Familiar matter of to-day” и “The music in my ear I bore”). Различия между мелодией соловья и кукушки тоже определяется музыкально, звук *l* превалирует в описании соловья, а звук *r* – в описании кукушки. Похожие синтаксические параллели между строками, заканчивающимися обе половины второй строфы (“Among Arabian sands”, “Among the farthest hebrides”) подчеркнута повторение согласных *m – ng – r – b – d – s*. Постепенное увеличение открытости гласных в фразе “Old unhappy far-off thing” ([] – [] – [a:]), а также в “The music in my ear I bore / hong after it was heard no more” создают впечатление увеличения звука, выражая его полноту и богатство. Красивые картины с соловьем, поющим для путешественников, и кукушкой, чей голос слышен из-за моря (поэтическая ценность этой детали важнее, чем информативная ценность), – на самом деле являются сравнениями, но представлены они не в традиционном виде (как, например, “the reaper’s song is as welcome and as thrilling as...”), а как поэтические параллели. Простота, вариативность и повторения в стихотворении очень важны, так как они передают впечатление от звучащей песни. Эмоциональности и экспрессивности балладам придает инверсия, часто встречающаяся у ранних британских романтиков. Например, в балладе В. Вордсворта “We are Seven” инверсия также придает высказыванию маленькой девочки интонацию живой речи, динамичность и особую доверительную простоту: “Two of us in the church-yard lie, // My sister and my brother / /And, in the church-yard cottage, I dwell near them with my mother” [6, с. 96]. У поэтов-романтиков была общая тенденция к повышенной, острой эмоциональности стихов и к стремлению передать эмоционально окрашенными словами острые переживания и впечатления: “love”, “joy”, “pain”, “light” т.д. В. Вордсворт объяснял, что выбирал сюжеты и образы из простой деревенской жизни, используя язык простых людей: “Главная задача этих стихотворений состояла в том, чтобы отобразить случаи и ситуации из повседневной жизни

и пересказать или описать их, постоянно пользуясь, насколько это возможно, обыденным языком, и в то же время расцветить их красками воображения, благодаря чему обычные вещи предстали бы в непривычном виде...” [2, с. 262]. В предисловии к “Lyrical Ballads” В. Вордсворт писал: “Я старался подражать и, насколько возможно, воспроизвести не что иное, как обычный разговорный язык людей; персонификации же вовсе не являются естественной и составной частью этого языка. Они являются стилистическим приемом, иногда подсказанным чувством, и в этом качестве я пользовался ими; но я постарался полностью отказаться от них как от шаблонного стилистического приема или как от особого языка, на котором будто бы должны изъясняться поэты” [2, с. 265].

Раскрытие философских понятий добра и зла служит система образов “The Rime of the Ancient Mariner”. Чувство чего-то великого и неизвестного, лежащего в основе реального мира и всего, что с этим миром происходит, вера в то, что малейшая жестокость (даже по отношению к птице) является наказуемым преступлением против природы, определяет символический характер системы образов. Солнце у С. Кольриджа прекрасно, “like God’s own head”, подчеркивая его красоту, совершенство, справедливость и милосердие, но позже, когда повествуется о наказании Морехода, то же солнце уже “bloody” – зловещий эпитет, сообщающий читателю о страданиях и даже жестокости. Беспомощность и неподвижность, причиняющая морякам боль, переданы ярким сравнением: “As idle as a painted ship upon a painted ocean” [6, с. 180]. Разбитый корабль словно утрачивает чувство реальности, он попадает в смертельную летаргию и кажется нарисованным на картине. Так, метафорический эпитет “copper sky” передает цвет и жар, идущие от светила; сравнение воды, кипящей, как “like a witch’s oils” (глагол “burn” использован метафорически в связи с игрой цвета), показывает, что ужасы, которые видят моряки, реальны и практически физически ощутимы. Тот же эффект достигается сравнением пересохшего горла с тем, как человек задыхается от сажи. В произ-

ведениях С. Кольриджа слова чаще употребляются в буквальном значении, но в то же время они приобретают символический смысл. Так, например, когда С. Кольридж упоминает землю “mist and snow”, с которой злой дух начинает преследовать корабль, слова передают прямое значение, так как туманы и снега были действительно характерны для той земли (возможно, Арктики или Антарктиды), но в сочетании с “copper sky” и “bloody” солнцем они символизируют невыносимую боль, причиненную морякам. Контрасты чрезвычайной жары и абсолютного холода подчеркивают мучительное воздействие на человека, на его физическое и психическое состояние. То же самое можно сказать про строфу: “Water, water everywhere, // And all the boards did shrink, // Water, water everywhere, // Nor any drop to drink.” [5, с. 190]. В поэме часто встречаются аллюзии и реминисценции из Библии. Так, “instead of the Cross the Albatross about my neck was hung” [5, с. 189] ассоциируется с “печатью Каина”, крестом, выжженным, по преданию, на челе Каина и Вечного Жида. С. Кольридж впервые создал в английской поэзии образ героя, отчужденного от мира и испытывающего страдания одиночества. “Beyond the shadow of the ship” здесь также реминисценция из Библии: “Оставляет за собой светящуюся стезю; бездна кажется сединою” [1, с. 567 гл. 41, 24]. С. Кольридж часто использует повторы для придания значительности и драматизма повествованию. Так, первая и вторая строфы части II имеют параллели с началом поэмы. Строфа, рассказывающая о том, как постепенно встает солнце, незначительно отличается от шестой строфы части I:

| Часть I | Часть II |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| The sun came up upon the left, | The sun now rose upon the right, |
| Out of the sea came he, | Out of the sea came he, |
| And he shone bright, and on the right | Still hid in mist, and on the left |
| Went down into the sea. | Went down into the sea. |

Параллельная конструкция усиливает контраст, а контраст, в свою очередь, подчеркивает строгий

параллелизм всей структуры. Например, также можно сравнить:

| Часть I | Часть II |
|---|--|
| And a good south wind sprung up behind, | And the good south wind still blew behind, |
| The Albatross did follow, | But no sweet bird did follow, |
| And every day, for food or play, | Nor any day for food or play, |
| Came to the mariners ‘hollo. | Came to the mariners ‘hollo. |

Речь Морехода взволнованная, эмоциональная, содержит устаревшие фразы типа “well-a-day”, “work`em woe” и грамматические формы “uprist” (вместо “uprose”), “we did speak”. Это создает впечатление отдаленности во времени и доказывает, что Мореход – человек прошлого. В речь Морехода проникают слова других моряков, в форме прямой речи (“Ah wretch! Said they, the bird to slay...”), Мол, проклят тот, кто птицу бьет, так и непрямой (“And I had done a hellish thing, // And it would work`em woe”). Эти вкрапления чужого слова отражают мысли не самого морехода, а то, что он слышал (или догадывался), как другие говорили и думали о нем.

Достоверность образа Морехода подчеркивает балладный размер, который соответствует речи простого человека, что является характерным и для народного поэтического творчества. Но С. Кольридж вводит в балладный размер новаторские элементы, в частности, он обогащает ресурсы английской просодии введением ритмической инверсии, в результате которой в стопе ямба или хорее меняются местами ударные строки. Например: “The sun now rose upon the right // Out of the sea came he...” [5, с. 189].

Постоянство темы подчеркивается также повторами (например, “Into that silent sea” и далее “The silence of the sea”). Музыка, цветовая гамма (“green, and blue and white”), разнообразие ритма, повторы, использование просторечия – все это играет большую роль в воссоздании страшной реальности символического рассказа. Вряд ли мож-

но свести глубинную идею поэмы С. Кольриджа “The Rime of the Ancient Mariner” к расплате моряка за убийство таинственного альбатроса и к завершающей его рассказ сентенции о любви ко всем земным тварям как лучшем способе угождать Богу. Убийство альбатроса было введено в поэму как внешняя, вещественная мотивировка тяжелых испытаний, выпавших на долю старого моряка, и его спутников-матросов.

Таким образом, “лейкисты” выступали за замену силлабической системы стихосложения, более приемлемой для норм английского языка тонической системой, смело вводили в употребление новые лексические формы, разговорные интонации, развернутые метафоры и сравнения, сложную символику, подсказанную поэтическим воображением, отказываясь от устоявшихся традиционных образов.

Перспективой анализа является раскрытие своеобразия индивидуальных стилей авторов

и их художественных новаций, их вклад в историю развития европейского романтизма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Книга Иова // Библия: Книги священного писания Ветхого и Нового завета канонические : в рус. переводе с параллел. местами и приложениями. – Chicago, 1989. – С. 538–568.
2. Литературные манифесты западноевропейских романтиков ; под ред. А.С. Дмитриева. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1980. – 639 с.
3. Austin F. The language of Wordsworth and Coleridge / F. Austin. – Basingstoke (Hants.); London : Macmillan, 1989. – 204 p.
4. Bialostovsky D.H. Making tales: the poetics of Wordsworth’s narrative experiments / Don H. Bialostovsky. – Chicago : University of Chicago Press, 1984. – 208 p.
5. Coleridge S.T. The complete poetical works. Vol. 1 / S.T. Coleridge. – New York : Adamant Media Corporation, 2007. – 492 p.
6. Wordsworth W. The collected poems Wordsworth: edition limited / W. Wordsworth. – London : Wordsworth Editions Limited, 1995. – 1082 p.

ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ У НІМЕЦЬКОМУ Й УКРАЇНСЬКОМУ ГАЗЕТНИХ ДИСКУРСАХ

Ю.Є. Кійко, канд. філол. наук (Чернівці)

Статтю присвячено зіставленню заголовкового блоку в німецькому й українському газетному дискурсах із врахуванням жанрових ознак тексту. Встановлена залежність оформлення заголовка від типу тексту і жанру. Для інформативних текстів характерні стислі насичені заголовки, оформлені простими реченнями й іменниковими конструкціями. Заголовки біцентральных текстів виражені переважно простими реченнями і передають центральну думку респондента. В аналітичних текстах заголовки представлені різноманітними синтаксичними конструкціями із залученням стилістичних засобів з рекламною метою.

Ключові слова: газетний дискурс, жанр, заголовок, німецька мова, українська мова.

Кійко Ю.Е. Жанровые особенности заголовков в немецком и украинском газетных дискурсах.

Статья посвящена сопоставлению заголовочного блока в немецком и украинском газетных дискурсах с учетом жанровой характеристики текста. Выявлена зависимость оформления заголовка от типа текста и жанра. Для информационных текстов характерны краткие заголовки, выраженные простыми предложениями и номинальными конструкциями. Заголовки бицентральных текстов выражены преимущественно простыми предложениями и передают основную идею респондента. В аналитических текстах заголовки представлены различными синтаксическими конструкциями с привлечением стилистических приемов в рекламных целях.

Ключевые слова: газетный дискурс, жанр, заголовок, немецкий язык, украинский язык.

Kiyko Yu.Ye. Genre peculiarities of headings in German and Ukrainian newspaper discourses.

The article deals with comparison of headings in German and Ukrainian newspaper discourses taking into account genre features. Dependence of a heading structure on a text type and genre is revealed. For information texts the short headings expressed by simple sentences and nominal phrases are characteristic. Headings of bicentric texts are expressed mainly by simple sentences and transfer the central idea of the respondent. Headings of analytical texts are presented in various syntactic forms with use of rhetorical devices for advertising purposes.

Keywords: genre, newspaper discourse, heading, German, Ukrainian.

Важливу роль при сприйнятті будь-якого тексту відіграє така його складова як заголовок. Найбільш яскраво це простежується на матеріалі газетно-публіцистичних текстів, які концентровано з'являються на сторінках сучасних друкованих і електронних видань, створюючи тим самим певний альянс взаємопов'язаних текстів-конкурентів. Середньостатистичний реципієнт, як відмічають новітні масмедійні студії, не читає всі тексти, як це, мабуть, було раніше в ХХ столітті, а ознайомлюється у першу чергу із їх заголовками. Адже із збільшенням можливостей отримання інформації, насамперед, через новітні мультимедійні канали, увага потенційного читача скерована переважно на візуально виокремлені влучні заголовки.

Заголовки допомагають реципієнтові орієнтуватися в інформаційному потоці і тим самим їх можна розглядати як сигнали-подразники, які або зацікавляють, або не зацікавляють читача. Тому створення заголовків вимагає певної креативності від авторів у мовному і типографічному аспектах (пор. [18, с. 299]). Формулювання заголовків залежить також від функцій, які вони повинні виконувати. Загалом можна виділити такі основні функції заголовків [1; 9, с. 5; 11, с. 178]:

- Інформування, коли заголовок передає основний зміст тексту – інформаційне ядро. При цьому адресат вже із заголовка може з'ясувати, про що йдеться у тексті.
- Зацікавлення, коли автор намагається привер-

нути увагу реципієнта неординарним “загадковим” заголовком. Тема статті залишається для реципієнта незрозумілою, що має на меті спонукати його до прочитання цілого тексту.

- Структурування, коли за допомогою заголовків намагаються виокремити тексти, їх частини з метою полегшення сприйняття інформації.

Заголовок, зазвичай, виконує не одну функцію, а декілька, тобто простежується домінуюча і другорядна функції. Якщо функція структурування для газетного заголовка є постійною з точки зору візуального полегшення сприйняття, то інші функції можуть проявлятися різною мірою залежно від жанру.

Газетні заголовки досліджували в багатьох мовах переважно в одномовному культурному дискурсі в різнопланових аспектах (пор. [1; 5; 6; 10; 13; 15; 16 та інші]). Зіставні дослідження проводилися, насамперед, на матеріалі англійської, німецької, італійської, польської, російської, фінської мов (пор. [3; 11; 14; 18 та інші]). Відсутність відповідних комплексних українсько-німецьких контрастивних студій зумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета статті – встановити відмінності й подібності при використанні заголовків у різних типах текстів німецького й українського газетних дискурсів. Для отримання еквівалентного зіставного матеріалу ми обмежилися зовнішньополітичною тематичною рубрикою в обидвох лінгвокультурах. Матеріалом дослідження послуговували дві якісні провідні щоденні газети *Berliner Zeitung* (далі BZ) і *День* протягом 2002–2012 років, що видаються в столицях обох держав і які можна вважати відносно рівнозначними для німецької й української лінгвокультур.

У дослідженні мова йде про заголовки у ситуативно еквівалентних паралельних текстах (див. [17]), тобто таких, що виконують подібну роль у двох мовних дискурсах. Тексти відібрано в один часовий зріз із зовнішньополітичних рубрик, які склалися редакціями згаданих вище газет. Це дозволяє говорити про певну об’єктивність добору дослідницького матеріалу, що відображає газетну зовнішньополітичну “картину світу” двох мовних культур.

У сучасному газетно-публіцистичному дискурсі можна виділити такі типи заголовків, як надзаголовок, заголовок, підзаголовок, а також проміжний заголовок. У сучасних газетних текстах використовують зазвичай декілька видів одразу залежно від жанру. До заголовкового блоку газетної статті можна віднести також заголовок рубрики і назву газети, які надають читачеві певну інформацію, а саме тематичний напрям статті (політика, економіка тощо) і орієнтовну якість матеріалу (провідне національне видання, бульварна, місцева, рекламна та інші типи газет).

У фаховій літературі розрізняють переважно п’ять типів текстів за їх функціональним навантаженням: інформативні, аналітичні, інструктивні, біцентральної і контактної (детальніше див. [7; 12]). Найбільш численним вважають інформативний тип текстів, для якого характерна передача фактів повідомлення без оцінки та критики. До інформативних текстів відносять такі жанри, як замітка, інформаційна стаття, кореспонденція тощо.

На відміну від інформативного типу аналітичні тексти передають читачеві, насамперед, оцінку певної події, стану справ тощо. Авторська думка висловлюється експліцитно в оцінній або критичній формі. Адресант намагається вплинути на адресата непрямыми закликами та аргументацією. Прикладами аналітичних текстів є коментар, глоса тощо.

Інструктивний тип текстів має на меті також вплинути на поведінку адресата, але на відміну від аналітичного типу тут вдаються до прямих директивних актів, як наказ, попередження, рекомендація тощо. Отже, тексти цього типу не переконують адресата, а дають йому конкретні завдання до виконання. Прикладами інструктивного типу текстів є такі жанри, як інструкція, рецепт, вкладиш до медикаменту тощо.

На відміну від попередніх типів біцентральної тексти поєднують дві різновекторні інтенції інтерв’юера і опитаного. Класичним прикладом цього типу текстів є жанр інтерв’ю, яке складається з послідовності блоків питання-відповідь.

Для останнього типу текстів – контактних – характерно прагнення адресанта звернути на себе

увагу і викликати інтерес у адресатів. До цих текстів належать такі жанри, як лист, шлюбне оголошення, скарга тощо.

Аналіз фактичного матеріалу в обидвох лінгвокультурах виявив такі три типи текстів: інформативні, аналітичні і біцентральної. Серед інформативних зафіксовано замітку, інформаційну статтю і кореспонденцію, серед аналітичних – коментар, а серед біцентральної – інтерв'ю. Для інформативного типу текстів ми наводимо усереднений показник за трьома зазначеними жанрами (детальніше про інформативні жанри див. [2]). Особливістю українського зовнішньополітичного дискурсу можна вважати відсутність виключно журналістських коментарів. Ті українські тексти-коментарі, що нам трапилися, були обробленими коментарями політиків або компетентних осіб з певної про-

блеми, які розміщували одразу після журналістських статей під загальним заголовком *коментарі*. Ми не брали їх для розгляду через рольові і статусні відмінності адресантів коментарів в обох лінгвокультурах.

При аналізі заголовків враховано їх синтаксичну будову і довжину. Ми виділили такі типи заголовків: 1) іменникова конструкція, 2) просте речення, до якого ми віднесли також німецькі речення без допоміжного дієслова, оскільки для реципієнта воно сприймається як просте, 3) складнопідрядне речення і 4) складносурядне речення (див. табл. 1). Іншим фактором, що суттєво впливає на сприйняття інформації, є довжина заголовка. Вона є певною мірою показником інформативності висловлювання, оскільки чим більше лексичних форм, тим більше інформації у висловлюванні.

Таблиця 1

Німецькі й українські заголовки в трьох типах газетних текстів

| Заголовок | Тип заголовка | | | | Середня довжина заголовка (словоформи) |
|-------------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------------|----------------------------|--|
| | Іменникова конструкція (%) | Просте речення (%) | Складнопідрядне речення (%) | Складносурядне речення (%) | |
| <i>Berliner Zeitung</i> | | | | | |
| інформативний | 41,2 | 58,8 | 0 | 0 | 5,3 |
| біцентральної | 20 | 76,7 | 3,3 | 0 | 5,8 |
| аналітичний | 60 | 33,4 | 3,3 | 3,3 | 5 |
| <i>День</i> | | | | | |
| інформативний | 45,8 | 53,1 | 1,1 | 0 | 4 |
| біцентральної | 0 | 73,3 | 23,3 | 3,3 | 11,2 |
| аналітичний | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Як видно з таблиці 1, можна констатувати відмінності при використанні заголовків у інтралінгвальному й інтерлінгвальному відношеннях у німецькому і українському зовнішньополітичних газетних дискурсах. Розглянемо особливості використання заголовків у різнотипних газетних текстах.

Німецькі заголовки інформативних текстів виражені переважно простими реченнями (58,8%) й іменниковими конструкціями (41,2%), як-от: *Lettisch bleibt Amtssprache in Lettland* (BZ, 20.02.2012); *Provinz Homs unter Dauerbeschuss*

(BZ, 11/12.02.2012). Використання таких заголовків має на меті стисло об'єктивно висвітлити інформаційне ядро новини, коли читачеві передають „конденсат“ статті. Зазвичай в інформативних заголовках намагаються уникати авторської оцінки.

Середня довжина німецьких заголовків інформативних текстів складає 5,3 словоформи. При цьому спостерігається така загальна тенденція: із збільшенням обсягу тексту – від замітки до кореспонденції – заголовок, окрім провідної інформативної, виконує ще й рекламну функцію.

Так, заголовок замітки *Rebellischer Mönch in Birma festgenommen* (BZ, 11/12.02.2012) є достатньо інформативним, адже тут є відповіді на три основні питання *хто, де, що сталося*. Цього не можна сказати про заголовок кореспонденції *Karsais Expedition* (BZ, 17.02.2012), в якій редактор використав метафоричну іменникову фразу з царини географії з власним іменем. Лише прочитання статті дає читачеві зрозуміти, що тут йдеться про регіональну конференцію в Ісламабаді за участі афганського лідера Карзая.

Українські заголовки інформативних текстів подібно до німецьких представлені переважно простими реченнями (53,1%) й іменниковими конструкціями (45,8%), наприклад, *Реформування показавському* (День, 22.06.2007), *Фахівці НАТО й Туреччини вивчать місця розміщення Patriot поблизу Сирії* (День, 27.11.2012). Заголовки цього типу текстів можуть виражатися і складнопідрядними реченнями (1,1%), але їх частка незначна.

Довжина українських заголовків інформативних текстів виявилася найменшою серед усіх типів в обидвох корпусах – 4 словоформи на заголовок. Це, можливо, зумовлено тим, що українські заголовки інформативних текстів виконують разом з інформативною ще й атрактивну функції. Так, заголовки кореспонденцій *Долар на хліб не намажеш* (День, 24.03.2009), *“Перезавантаження” у Мюнхені* (День, 10.02.2009) містять не інформаційне ядро новини, а певну оцінку, інтригу, яка спонукає читача до ознайомлення зі змістом статті або, принаймні, її зачину.

Німецькі заголовки біцентрального типу текстів виражені переважно простими реченнями (76,7%), далі слідують за спадом іменникові конструкції (20%) й складнопідрядні речення (3,3%), наприклад: *“Die Griechen fühlen sich erniedrigt”* (BZ, 19.02.2012), *“Das ist keine Niederlage für die Grünen”* (BZ, 29.11.2011), *Missverständnis auf beiden Seiten* (BZ, 28.11.2006). За заголовки беруть зазвичай влучні ключові фрази респондента. Щоб дистанціюватися від висловлювання, додаючи йому певної автентичності, редактори беруть такі заголовки у лапки.

Середній показник довжини німецького заголовка біцентрального типу текстів склав 5,8 словоформ, що дещо вищий за відповідний показник у інформативних і аналітичних текстах. Це, можливо, зумовлено тим, що в останніх двох заголовки є виключно редакційними продуктами креативності.

Заголовки українських біцентрального типу текстів представлені переважно простим реченням (73,3%). Далі йдуть за спадом складнопідрядні речення (23,3%) і складносурядні речення (3,3%). Довжина середнього заголовка українського біцентрального типу тексту виявилася найбільшою серед усіх типів в обидвох лінгвокультурах – 11,2 словоформи. В українській газеті заголовки оформлюють часто за такою структурою: спочатку подають великими жирними літерами ім'я і прізвище респондента, а потім після двокрапки наводять цитату з інтерв'ю респондента. Наприклад: *Алек РОСС: “Ми не можемо досягти свободи, лише публікуючи повідомлення в Twitter”* (День, 18.09.2012).

Українські заголовки біцентрального типу текстів виконують переважно інформативну функцію, коли повідомляється основна думка респондента. Це підкреслюється ще й тим, що після даних респондента використовується двокрапка. Цей пунктуаційний знак ділить заголовок на ліву і праву частини, акцентуючи увагу читача на рематичній частині висловлення. Використання імені і прізвища в заголовку часто виконує паралельно і референційну функцію для світлин, яка, як правило, не має підзаголовка.

Німецькі заголовки в третьому типі текстів характеризуються усіма чотирма типами заголовків. Це свідчить про прагнення журналістів до нестандартного оформлення заголовків аналітичних текстів. Редакція німецької газети подає аналітичні заголовки на відміну від заголовків інших типів текстів курсивом після загального надзаголовка **Kommentare** на постійному місці однією колонкою. Основна функція заголовка коментаря – це зацікавити читача неординарністю, новизною тощо. Найчастіше використовують іменникові конструкції (60%), які надають заголовку певної “загадковості”, далі за спадом йдуть прості речення

(33,4%), складнопідрядні (3,3%) і складносурядні речення (3,3%), наприклад: *Ein Mörder und ein Exempel* (BZ, 11./12.02.2012), *Gut angelegt in Griechenland* (BZ, 11./12.02.2012), *Athen beugt sich* (BZ, 10.02.2012), *Kontrolle ist gut, mehr Demokratie ist besser* (BZ, 14.05.2010), *Wer nicht umsteigt, wird überholt* (BZ, 04.05.2010).

Середня довжина заголовка німецького коментаря складає 5 словоформ. Це є найнижчим показником серед проаналізованих різнотипних текстів у німецькому корпусі. Причину такої стислості можна вбачати у намаганні журналістів влучно сформулювати заголовок із залученням різноманітних стилістичних засобів, фразеологізмів, синтаксичних явищ тощо.

Важливими компонентами заголовкового блоку газетних текстів, окрім центрального заголовка, є надзаголовок, підзаголовок та проміжний заголовок, використання яких залежить від жанрової приналежності тексту. Вони відіграють допоміжну роль стосовно основного заголовка, на що вказують також невербальні ознаки – величина шрифту, курсив, колір тощо.

Надзаголовки, що графічно наводяться прописним шрифтом, трапляються набагато рідше за підзаголовки. Їх використовують в інформативних (інформативна стаття і кореспонденція) і біцентральных текстах. Для аналітичних текстів надзаголовки не характерні. Центральна функція надзаголовка полягає в загальній орієнтації читача щодо тексту. Г. Бургер [8, с. 116] виділяє також такі функції як привід, зовнішні обставини. В інформативних статтях і кореспонденціях надзаголовки вказують на місце дії, наприклад, **USA, AFGHANISTAN, ISRAEL**. Вони слугують загальним орієнтиром для читача і впливають на структуру заголовкового блоку статті: у разі його використання інформативні тексти не містять підзаголовки через принцип економії. Для біцентральных текстів як надзаголовки найчастіше використовують назву жанру – **INTERVIEW, ІНТЕРВ'Ю**. У німецькому підкорпусі зафіксовано надзаголовки із вказівкою на 1) місце дії, установу, наприклад, **BERLIN, EU**, 2) статус респондента, наприклад,

MENSCHENRECHTLER, EXPERTE, 3) характеристику дії, наприклад, **REAKTION, EUROBONDS**. В українському підкорпусі серед надзаголовків можна виділити такі, що містять вказівку на ознаку дії, наприклад, **АКТУАЛЬНО**.

На відміну від надзаголовка підзаголовок майже завжди супроводжує заголовок. Головна мета підзаголовка полягає в деталізації, поясненні, уточненні основного заголовка. Він відрізняється типографічно від заголовка й основного тексту. Так, наприклад, заголовок кореспонденції **Karsais Expedition** має підзаголовок *Der afghanische Präsident sucht bei einer Konferenz mit Pakistan und Iran in Islamabad nach Chancen zum Friedensschluss* (BZ, 17.02.2012), або український заголовок **Реформування по-казахському** має підзаголовок *Парламент напросився на дострокові вибори* (День, 22.06.08). Як видно з наведених прикладів, підзаголовок надає адресату достатньо інформації, щоб розкрити тему статті, або, принаймні, її окреслити.

В обох лінгвокультурах підзаголовки не характерні для малих за об'ємом текстів – заміток і коментарів. Їх також не використовують в українських біцентральных текстах. У німецьких інформативних текстах підзаголовки трапляються частіше (93%), ніж в українських (60%). Зазвичай підзаголовки відсутні у разі використання надзаголовка.

Підзаголовки в німецьких інформативних текстах виражені переважно простими реченнями (81,4%), наприклад, *Britanniens Premier wirbt für Einheit des Königreichs* (BZ, 17.02.2012), іменниковими конструкціями (11,4%): *Schonung für Zivilisten* (BZ, 5.10.2011), складносурядними реченнями (4,3%): *Minister Dirk Niebel trifft Birmas Oppositionsführerin Aung San Suu Kyi – und fasst Vertrauen zu politischen Führern des Landes* (BZ, 15.02.2012) та складнопідрядними реченнями (2,9%): *Insider befürchten, dass die Busch-Regierung nur noch einen Vorwand für den Angriff auf Iran sucht* (BZ, 17.02.2007). Зафіксовано також використання конструкції [джерело або місце] [:] [висловлювання, оформлене як речення або іменникова конструкція], наприклад, *Steiner: Streichung senkt*

Treibhausgas-Ausstoß drastisch (BZ, 15.11.2011). Така форма подання інформації, за нашими спостереженнями, набуває поширення в обох журналістських практиках. Завдяки їй редакторам вдається влучніше ущільнювати потрібну інформацію.

Особливістю німецького підзаголовка в інформативних текстах можна вважати використання одразу декількох синтаксичних конструкцій. Наприклад:

(3) **EU-Gipfel vor dem Scheitern**

(ПЗ) *Polen droht mit Veto gegen neue Abstimmungsregeln / Steinmeier spricht von Endspiel um die Verfassung / Grüne werfen Merkel mangelnde Konsequenz in den Verhandlungen vor* (BZ, 19.06.2007)

Автор цієї статті використав три підзаголовки, які стисло передають основний зміст статті. Причиною такої насиченості інформації, на нашу думку, є важливість зустрічі для майбутнього ЄС. Подія набула в суспільному житті європейських країн великий розголос, і тому автор намагався якомога повніше висвітлити ситуацію навколо майбутньої конституції ЄС.

В українському корпусі підзаголовки інформативних текстів представлені головним чином простими реченнями (95%), наприклад, *Яценюк побачив у Москві позитивні сигнали і конструктив* (День, 18.04.2007), *Україну віднесли до категорії “в основному несвободних країн”* (День, 18.01.07). Підзаголовки, виражені складнопідрядними і складносурядними реченнями, зафіксовано лише по 2,5% вибірки відповідно. При цьому середня довжина українського підзаголовка значно менша (7 словоформ) за відповідну німецьку (10 словоформ).

Подібно до підзаголовків інформативних текстів підзаголовки біцентральних німецьких текстів виражені переважно простими реченнями, наприклад, *Die ehemalige Außenministerin Bakoyannis fordert von Deutschland mehr Respekt für ihr Land* (BZ, 18/19.02.2012) і номінальними конструкціями, наприклад, *SPD-Fraktionsvize Gernot Erler über den bevorstehenden Teilabzug der Bundeswehr aus Afghanistan* (BZ, 5.10.2011). Прості речення побудовані зазвичай за схемою: [хто] [повідомляти]

[щось]. У ролі [хто] виступає респондент, компонент [повідомляти], окрім своєї основної функції, може нести також певну оцінку змісту повідомлення, тобто [чогось]. Наприклад, *Der Unions-Politiker Andreas Schockenhoff begrüßt die neue Strategie des US-Präsidenten für den Irak* (BZ, 12.01.2007). Як ущільнений варіант трапляються також синтаксичні конструкції [хто] [:] [щось]. Тут двокрапкою передають пряму мову респондента, уникаючи втручання в цитату. Наприклад, *Richard Holbrooke: Merkel sollte die Irak-Politik Washingtons frei heraus kritisieren* (BZ, 18.01.2007). Для більш нейтрального подання підзаголовка використовують номінальну фразу, побудовану за схемою: [хто] *pro* [що]. Тут випускається дієслово, що може нести певну оцінку повідомлення. Наприклад, *Günter Verheugen über die Zukunft der Europäischen Union und ihre Verfassung* (BZ, 30.12.2006).

Серед підзаголовків виділяється особливо такий тип, який можна назвати міні-текстом. Його використовують переважно в тому випадку, коли немає зачину. Саме тому цей тип підзаголовка нагадує зачин. Він побудований за схемою: [ключове слово] [-] [текст обсягом до 4 речень]. Як ключове слово виступають загальні вказівки на місце події, організацію тощо, наприклад, **NAH-OST, BUNDESWEHR** та інші. Вони доповнюють, конкретизують надзаголовок. Так, надзаголовок (НЗ) **INNERE FÜHRUNG** конкретизується ключовим словом підзаголовка (ПЗ) **BUNDESWEHR-SKANDAL**, оскільки із надзаголовка й заголовока не зрозуміло, про що йдеться в цьому інтерв'ю (див. нижче наведений приклад). Після ключового слова слідує міні-текст, в якому коротко повідомляється про ситуацію.

НЗ **INNERE FÜHRUNG**

З **„Die Kontrollmechanismen haben grundsätzlich nicht versagt“**

ПЗ **BUNDESWEHR-SKANDAL – Wegen der Totenschändungen in Afghanistan hat der Verteidigungsminister mehrere Soldaten vom Dienst suspendiert. Die Ausbildung soll überprüft werden. Doch die Affäre weitet sich aus, immer neue Bilder tauchen auf.** (BZ 28.10.2006)

Під проміжними заголовками ми розуміємо типографічно виділені синтаксичні конструкції, які розташовують усередині тексту для візуального структурування цілого тексту статті. Вони трапляються переважно у великих за обсягом текстах, насамперед, у німецьких і українських кореспонденціях, а також в українських інтерв'ю. Їх використання зумовлено намаганням редакторів полегшити читачеві сприйняття інформації. З синтаксичної точки зору вони виражаються іменниковими конструкціями, наприклад, *Jagd auf Deserteure* (BZ, 16.02.2012), і простими реченнями, як-от, "Alle wollen Frieden" (BZ, 17.02.2012). Це, зазвичай, ключові фрази з тексту, довжина яких в середньому складає 3 словоформи.

Підсумовуючи проведений зіставний аналіз заголовків у різнотипних німецьких і українських газетних текстах, можна зазначити, що заголовок (заголовковий блок) як початковий компонент будь-якого тексту залежить від типу тексту і жанру. Для інформативних текстів в обох дискурсах характерні стислі насичені заголовки, виражені простими реченнями й іменниковими конструкціями. Із збільшенням обсягу інформативного тексту змінюються функціональне навантаження компонентів заголовкового блоку, застосовуються проміжні заголовки як структурні текстові маркери. Біцентральним текстам притаманні заголовки, виражені переважно простими реченнями, які передають центральну думку респондента. В аналітичних текстах заголовки представлені різноманітними синтаксичними конструкціями із залученням стилістичних засобів з метою привернути увагу адресата.

Перспективним напрямом подальших досліджень вважаємо залучення заголовків інших типів газетних текстів у різних тематичних рубриках і друкованих виданнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонович М.М. Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN / М.М. Антонович // Іноземна філологія. – 1992. – № 103. – С. 103–110.
2. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські інформаційні види текстів у зіставленні / Ю.Є. Кійко // Наукові праці

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Вип. 22. – Том 1. – Чернівці : Книги XXI, 2010. – С. 188–192.
3. Малюга Е.Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе / Е.Н. Малюга // Язык. Сознание. Коммуникация : Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М. : МАКС Пресс, 2002. – Вып. 21. – С. 129–138.
4. Менджерицкая Е.О. Особенности национального публицистического дискурса / Е.О. Менджерицкая // Язык. Сознание. Коммуникация : сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М. : Диалог-МГУ, 1999. – Вып. 9. – С. 51–58.
5. Никифорова Ж.А. Проблема автономности заголовка в структуре гипертекста газетного номера / Ж.А. Никифорова // Вестник Челябин. гос. ун-та. – 2010. – № 11 (192). Филология. Искусствоведение. Вып. 42. – С. 87–92.
6. Brand W. Zeitungssprache heute: Überschriften / W. Brand // Aspekte der Textlinguistik. Klaus Brinker (Hg.). – Hildesheim, Zürich, New York : Olms, 1991. – S. 213–244.
7. Brinker K. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden / Klaus Brinker. – 6. Aufl. – Berlin : Erich Schmidt, 2005. – 179 S.
8. Burger H. Mediensprache. Eine Einführung in Sprache in Kommunikationsformen der Massenmedien / H. Burger. – 3. völlig neu bearbeit. Auflage. – Berlin, New York : de Gruyter, 2005. – 485 S.
9. Hellwig P. Titulus oder über den Zusammenhang von Titeln und Texten. Titel sind ein Schlüssel zur Textkonstruktion / Peter Hellwig // Zeitschrift für germanische Linguistik. – 12. – 1984. – S. 1–20.
10. Knopp S. Metaphorische Komposita in Zeitungsüberschriften / S. Knopp. – Tübingen : Niemeyer, 1987. – 219 S.
11. Lenk H.E.H. Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen / H.E.H. Lenk // Presstextsorten im Vergleich / Hrsg. von E. Lenk, A. Chesterman. – Hildesheim/Zürich/New York : Olms, 2005. – S. 159–184.
12. Lüger H.-H. Pressesprache / H.-H. Lüger. – Tübingen : Niemeyer, 1995. – 169 S.
13. Oberhauser St. „Nur noch 65000 Tiefflugstunden“: eine linguistische Beschreibung des Handlungspotentials von Hard-News-Überschriften in deutschen Tageszeitungen / St. Oberhauser. – Frankfurt am Main, Berlin, Bern, New York, Paris, Wien : Lang, 1993. – 291 S.
14. Mac A. Bewertungsmittel in deutschen und polnischen Kommentarüberschriften aus kontrastiver Sicht / A. Mac // Germanistische Linguistik. Hrsg. von H.E.H.Lenk, M.Vesalainen. – Hildesheim, Zürich, New York : Georg Olms Verlag, 2012. – Nr. 218–219. – S. 323–348.
15. Rath R. Überschriften

- von Kurznachrichten / R. Rath // *Moderne deutsche Texte. Beiträge der internationalen Germanistikkonferenz Rzeszow 2004*. Hrsg. von M. Wierzbicka, M. Sieradzka u.a. – Frankfurt am Main : Peter Lang Verlag, 2005. – S. 259–275. 16. Sandig B. *Syntaktische Typologie der Schlagzeile* / B. Sandig. – München : Max Hueber Verlag, 1971. – 176 S. 17. Spillner B. *Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer kontrastiven Typologie* / B. Spillner // *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft*. Hrsg. von W. Kühlwein, G. Thome, W. Wills. – München : Fink Verlag, 1981. – S. 239–250. 18. Stammerjohann H. *Kontrastive Textlinguistik: die Textsorte „Zeitungsoberschrift“ im Deutschen und Italienischen* / H. Stammerjohann // *Italienische Sprachwissenschaft*. Chr. Schwarze (Hg.). – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 1981. – S. 209–218. 19. *Stilistik für Journalisten* / J. Kurz, D. Müller, J. Pötschke, H. Pöttker, M. Gehr. – 2., erw. und überarb. Aufl. – Wiesbaden : VS Verl. für Sozialwiss., 2010. – 369 S.

ТЕКСТОВЫЕ КАТЕГОРИИ ЦЕЛОСТНОСТИ И СВЯЗНОСТИ: ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ

А.В. Лещенко, канд. филол. наук (Черкасы)

В статье рассматривается содержание терминов “целостность” и “связность” текста, используемых в восточноевропейской лингвистике, а также их соотношение с англоязычными аналогами “когерентность” и “когезия”. Понятия, обозначаемые данными терминами, объединяются в рамках интегративной модели, основанной на итерационно-реляционных параметрах текста.

Ключевые слова: итерации, когезия, когерентность, реляции, связность, текст, целостность.

Лещенко Г.В. Текстові категорії цілісності та зв'язності: інтегративна модель. У статті розглядається зміст термінів “цілісність” та “зв'язність” тексту, вживаних у східноєвропейській лінгвістиці, а також їх співвідношення з англійськими аналогами “когерентність” і “когезія”. Поняття, позначені цими термінами, об'єднуються в межах інтегративної моделі, яка ґрунтується на ітераційно-реляційних параметрах тексту.

Ключові слова: зв'язність, ітерації, когезія, когерентність, реляції, текст, цілісність.

Leshchenko A.V. Categories of text integrity and text connectedness: an integral model. This paper discusses definitions of the terms “text integrity” and “text connectedness” employed in East-European linguistics, and their correlation with the English analogs “coherence” and “cohesion”. It is argued that the respective concepts are linked within an integral model grounded on iterational and relational parameters of text.

Key words: iterations, coherence, cohesion, relations, text, text connectedness, text integrity.

В современной исследовательской парадигме текст называют “одним из ключевых понятий XX века, средством выражения и закрепления научного знания, составляющего основу цивилизации” [17, с. 15]. Многослойность самого понятия “текст” и разноаспектность его исследования объясняют плюралистичность теоретических концепций и предлагаемых моделей текста, являющаяся характерной чертой лингвистики текста на протяжении ее развития с 60-х годов XX в. и до нашего времени. Наличие у этих концепций своего методологического аппарата и своих терминов для той или иной группы понятий является проблемой, которая может быть решена только путем договоренности относительно содержания этих терминов. Их же разночтение, существующее в современной теории текста, размывает её четкость, необходимую для дальнейших исследований. Сказанное касается, в частности, терминов, связанных с понятием “категории текста”.

Актуальность данной статьи обусловлена необходимостью унификации терминологического инвентаря, используемого при анализе особого вербального образования – текста, в том числе и его категорий. Объектом анализа являются текстовые категории целостности и связности и их терминологические аналоги – когерентность и когезия, предметом – сущность и формы выражения понятий, обозначаемых этими терминами, а также характер их взаимной корреляции.

Целью данной статьи является обобщение представлений о целостности и связности как категорий текста, систематизация критериев их выделения в работах отечественных и зарубежных исследователей, а также установление соотносительности указанных категорий с понятиями когезии и когерентности текста.

Термин “категория текста” был введен в научный обиход в середине 70-х годов XX в., однако до сих пор он не имеет четкого определения. Тек-

стовые категории рассматривают как свойства (З.Я. Тураева) [14] или средства (А.Ф. Папина) [13] текста, общие и частные признаки (А.Н. Мороховский, Н.С. Болотнова) [9; 1], грамматические категории (И.Р. Гальперин) [4], концептуальные признаки (О.П. Воробьева) [3], когнитивные параметры (И.А. Щирова) [18] и пр. Зачастую эти термины именуют взаимозаменяемые либо однотипные характеристики текста, что нивелирует разграничение понятий “признака” и “категории”. При этом такое разграничение может быть весь-

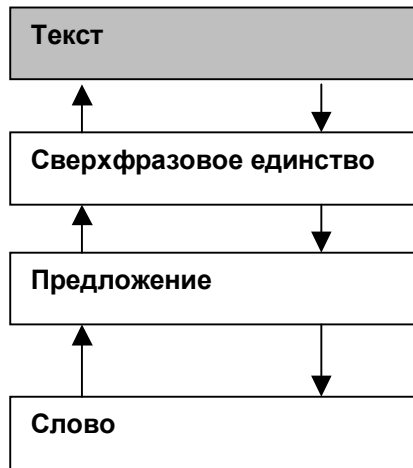


Рис 1. Текст как единица языковой системы

В первом случае (рис. 1) речь идет о качественной определенности текста, т.е. об установлении отличий текста от не-текста и отграничения его от других языковых единиц. В зарубежной лингвистической традиции качественная определенность носит название “текстуальности” (textuality) как совокупности неких свойств (признаков, параметров), присущих тексту, а выделенные на их основании системные категории называют “критериями текстуальности”. Наиболее полно они были рассмотрены Р. де Бограндом и В. Дресслером в их фундаментальной работе “Введение в лингвистику текста” (1981) [19]. Наряду с термином “текстуальность”, отмечает О.П. Воробьева, в ряде работ фигурируют и два других соотносимых с ним термина: “текстовость” (textness) и “текстура” (texture), и если *текстуальность* ассоции-

ма существенным, поскольку “признаки <...> текста призваны отличать его от единиц другого рода, выделять из числа подобных, в то время как категории, которые могут быть более абстрактны, чем признаки, выделяются по отношению к ним” [5, с. 65].

В качестве объекта исследования текст выступает в двух ипостасях (рис. 1, 2): как наивысшая единица одной из подсистем общей системы языка и как самостоятельная иерархическая система, объединяющая единицы более низких уровней.

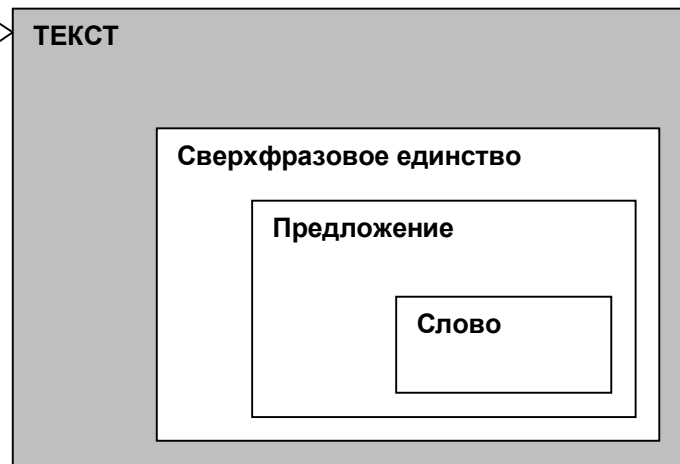


Рис 2. Тест как иерархически организованная единица (система)

руется с текстовой динамикой и некими виртуальными свойствами текста, воплощающими организующий принцип преобразования “знания в текст” и “текста в знание”, то два других понятия – *текстовость* и *текстура* – с текстовой статикой и актуализациями стандартов текстуальности [3, с. 24].

Во втором случае (рис. 2) текст рассматривается как автономный объект, который имеет свою “внутреннюю” систему, то есть обсуждению подлежат *внутрисистемные* признаки текста, способствующие выявлению *внутритекстовой* иерархии языковых единиц и связей, которые устанавливаются между ними. Внутрисистемные признаки текста образуют его внутрисистемные категории (общие и частные), определяемые как *текстовые категории*, описанию которых посвящены рабо-

ты И.Р. Гальперина [4], В.А. Кухаренко [6], А.Ф. Папиной [13], З.Я. Тураевой [14] и др.

Первый и второй подходы к изучению текста являются взаимодополняющими. Если второй подход акцентирует роль текста как самостоятельной системы, то первый подход трактует текст как составляющую более широкой системы языка, единицы которого используются в речи. Существующий разнобой в плане классификаций текстовых категорий и критериев их выделения обусловлен, в первую очередь, противоречивостью трактовок самого понятия текстовой категории (подробнее см. [3, с. 24–27]), смешением внешнесистемных (рис. 1) и внутрисистемных (рис. 2) признаков текста, а также неразличением тех внутрисистемных признаков, которые относятся к тексту как автономной единице и тексту, который используется в дискурсе.

Несмотря на отсутствие единой точки зрения относительно статуса текстовых категорий и их систематизации, а также на отличия в качественном и количественном наборе предлагаемых классификаций, две внутрисистемные текстовые категории – целостности и связности – выделяются практически всеми исследователями, хотя и трактуются ими весьма неоднозначно.

Термины “связность (связанность)” и “целостность (цельность)” сосуществуют с терминами “когезия” и “когерентность”, “локальная” и “глобальная связность”. Иногда эти пары терминов используются как синонимы, но чаще предпринимаются попытки их разграничения, которому, однако, препятствует отсутствие общих критериев для сопоставления именуемых терминами понятий. Так, ряд ученых соотносят связность с планом выражения, называя ее формальной категорией, а целостность – с планом содержания, характеризуя ее как содержательную (смысловую) категорию [11, с. 11–13; 15, с. 134–136]. Другие исследователи акцентируют внимание на разграничении внешней (формальной, локальной) и внутренней (смысловой, глобальной) связности [6, с. 71; 12, с. 48; 2, с. 43], при этом последняя считается основой создания целостности текста, т.е. его

когерентности [8, с. 124]. Кроме того, существуют теории, в рамках которых связность и целостность рассматриваются как две стороны одного явления и фактически сливаются в одну категорию, а иногда предпринимаются попытки описания одной категории в терминах другой (З.Я. Тураева [14, с. 56–57, 81], О.И. Москальская [10, с. 17–26]). Термины “когезия” и “когерентность/когеренция”, успешно конкурирующие с терминами “целостность” и “связность”, лишь усугубляют терминологическую (а как следствие – концептуальную) размытость в сфере анализа текстовых категорий. Такая размытость не только затрудняет понимание сути явлений, описываемых в теории текста, но и отрицательно влияет на методологический аппарат теории, используемый для анализа конкретных данных. Тем самым очевидна необходимость определения содержания терминов “целостность” и “связность”, “когерентность” и “когезия”, обозначающих основные текстовые категории. Предлагаемое нами сопоставление значений терминов “целостность”, “связность”, “когерентность” и “когезия” осуществляется на основе интегративной модели, учитывающей присущие любому тексту итерации и реляции форм и обозначаемых ими понятий.

Под итерациями понимается повторяемость. Некая последовательность знаков расценивается как связная, если имеет место повторяемость различных знаков, их форм и смыслов; повторяясь, они скрепляют, “сшивают” такую последовательность в одно отдельное целое. “Причина высокой повторяемости знаков в тексте, – отмечает В.А. Лукин, – заключается в том, что текст строится в конечном счете из языковых единиц” [7, с. 22]. Количество фонем, морфем, лексем, структурных типов предложений в языке ограничено, однако число возможных сообщений, в том числе и текстов, теоретически бесконечно. Следовательно, при использовании ограниченного инвентаря языковых средств для создания несчетного количества сообщений языковые единицы неизбежно повторяются в таких сообщениях (текстах). Помимо этого “регулярный повтор тех или

иных явлений в определенных условиях есть необходимая предпосылка для предположения об их неслучайном характере, а регулярный повтор одних и тех же явлений при одних и тех же условиях – это ничто иное, как закон” [там же, с. 23]. Исследователи подчеркивают, что “через повтор характеризуется механизм текстовой связности”, а “смыслы, актуализируемые повторяющимися единицами, формируют объемное, “стереоскопическое” видение” [18, с. 58].

Под **реляциями** форм и обозначаемых ими понятий (содержания) понимается система связей, регулирующих соотношение частей целого между собой как на формальном, так и на содержательном уровнях. Объединяя элементы форм и смыслов в “узлы”, а затем – в единую формально-смы-

ловую конструкцию, реляции обеспечивают системную организацию текста. Роль таких связей трудно переоценить, хотя не всегда степень их релевантности для текста очевидна и четко определена. Текст относится к такого рода системам, в которых, по наблюдению М. К. Мамардашвили, “сами связи эмпирически находятся в разнообразных соотношениях, значение каждой из них колеблется, характер действия некоторых из них вовсе не обнаруживается, компенсируясь действием других, и вообще в эмпирии не видно, как они составляют систему именно данного числа зависимостей” [см. 3, с. 27].

Итерации и реляции форм и понятий (содержания) обеспечивают существование текста как единства, как единого знака (рис. 3):

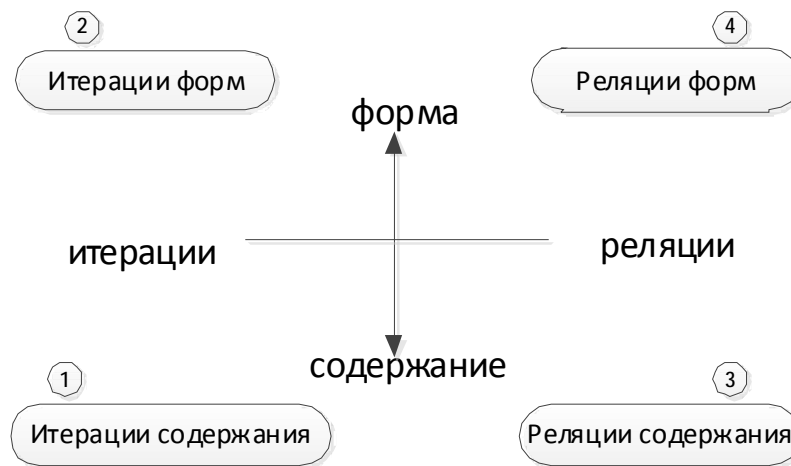


Рис.3. Итерации и реляции как основа единства текста

Рассмотрим, какое толкование выделенные понятия получают в теории текста.

1. **Итерации содержания.** Итерации содержания включают повторяемость смыслов референциальной области текста, а также более крупных фрагментов – тем, мотивов, образов. В основе итеративности содержания лежит явление “семантической изотопии” (А.-Ж. Греймас, Ф. Растье), которое определяется как итерация (повторение) любой единицы в составе языкового выражения [см. 16]. О семантической изотопии можно говорить на уровне фразы, сверхфразового единства, абзаца и цело-

го текста. В работах З.И. Хованской семантическая изотопия ассоциируется с “воспроизведением идентичных или близких смысловых компонентов, составляющих основу смысловой связности” и обозначается как “семантическая итеративность” [там же]. Повторяемость в тексте отсылок к одним и тем же референтам или “ментальным объектам” Р. Дирвен и М. Верспуэр [20, с. 200] называют “референциальной когерентностью”, выделяя эндофорическую референцию (к понятиям, упомянутым в тексте) и экзофорическую референцию (к понятиям, существующим вне текста).

Что касается более крупных образований – тем, подтем, мотивов, лейтмотивов и пр., то здесь явление итерации созвучно с пониманием “тематической когеренции” текста, предложенным М.Л. Макаровым [8, с. 195]. По мнению ученого, этот тип когерентности формируется вокруг глобальной темы текста или темы говорящего и выражается в повторении определенных “мотивов” и “тем”: ключевых объектов, фактов, когнитивных структур, верований, социальных представлений, эксплицитно или имплицитно выраженных в тексте.

Итерации содержания текста осуществляются посредством итераций языковых форм.

2. Итерации форм. Итерации, повторения форм могут быть референциальными и синонимическими. Это явление достаточно подробно изучено отечественными и зарубежными исследователями, и в большинстве работ итерации форм представлены как частные случаи когезии. Так, Р. де Богранд и В. Дресслер [19] выделяют *субституцию* (представляющую собой особый вид содержательных отношений в тексте – отношений кореференции), *полную или частичную рекуррентцию* (повтор), *эллипсис* (неэксплицитированный повтор). М. Хэллидей и Р. Хасан [21] относят к средствам когезии референцию (связь с референтами может быть анафорическая, т.е. указывающая на референт в предшествующем контексте, и катафорическая, которая указывает на референт в последующем контексте), *субституцию* (в отличие от референции, предполагает замену целых групп слов и предложений, а не только обозначений), *эллипсис*, *лексическую когезию* (повтор лексических единиц и их чередование в разных формах, употребление слов и словосочетаний, входящих в одну тематическую сферу, развертывание синонимических, антонимических и других видов отношений).

Анализируя повторы единиц, относящихся к различным уровням языка, Н.С. Болотнова [1, с. 148–149] выделяет лексические, фонетические и синтаксические средства связности. К *лексическим средствам связности* относятся: повтор одного и того же слова или его форм; повтор одно-

коренных слов; синонимический повтор, антонимический повтор; повтор омонимов, паронимов, вариантов; повтор слов, связанных родовидовыми, а также тематическими, ассоциативными, ситуативными отношениями; использование слов, принадлежащих к одной лексико-семантической группе. К *фонетическим средствам связности* относятся: интонация, ассонанс и аллитерация, рифмы, ритмика и мелодика, играющие особую роль в формировании поэтического текста. *На синтаксическом уровне* связность представлена синтаксическим параллелизмом.

3. Реляции содержания. Эти отношения связывают между собой фрагменты смыслов различных уровней: внутри предложения, между предложениями, абзацами, сверхфразовыми единствами, параграфами, главами и пр. По реляционному параметру можно оценивать и отношения между основным текстом и метатекстовыми знаками (заголовком, метатекстами, цитатами, анаграммами). Реляции содержания могут быть как эксплицитными, так и имплицитными. По утверждению Р. де Богранда и В. Дресслера [19], создатель текста и его реципиент пытаются установить взаимосвязи между отдельными компонентами текста даже в том случае, когда связь не маркирована обычными (когезивными) средствами.

Согласно Р. Дирвену и М. Верспуэр, связи между текстуальными частями образуют реляционную когерентность текста. Этот аспект интерпретации текста является дополнительным в интерпретации предложений и их частей в изолированном виде [20, с. 204]. Реляционная когерентность устанавливается по принципу причинно-следственной связи, контраста, уступки, условия, оценки, мотивации, цели и т.д. (всего 17 позиций) [там же, с. 209–211].

В трактовке И.Р. Гальперина связь между сегментами текста носит название интеграции (в другой терминологии – интегративности): “Объединяя смыслы отдельных сверхфразовых единств, содержания отдельных главков, глав и пр. в единое целое, интеграция нейтрализует относительную автосемантию этих частей и подчиняет их общей информации, заключенной в произведении” [4, с. 124].

Интеграция, т.е. объединение всех частей текста, служит достижению его целостности. Разграничивая понятия интеграции и когезии, И.Р. Гальперин отмечает, что интеграция может осуществляться средствами когезии, но может строиться и на ассоциативных и presuppositional отношениях [там же, с. 125].

В восточноевропейской лингвистике для определения смысловых связей текста широко используется термин “глобальная связность”, под которой понимается “то, что обеспечивает единство текста как смыслового целого, его внутреннюю цельность” [2, с. 43]. Поэтому зачастую глобальная связность отождествляется с понятием когерентности (когеренции) [8, с. 195; 18, с. 25]. Иногда в качестве синонима глобальной связности выступает интрасвязность [11, с. 11].

Отношения внутренней, смысловой связности, устанавливаемые путем реляций (фрагментов) содержания текста, эксплицируются реляциями форм.

4. **Реляции форм.** Данный параметр отражает взаимосвязи между языковыми формами, образующими текст, в результате чего создается его формальное единство. Реляции форм осуществляются за счет средств когезии, в числе которых Р. де Богранд и В. Дресслер [19] называют *порядок слов, сочинительные средства связи*, а также *временные формы глаголов*. М. Хэллидей и Р. Хасан в качестве когезивного средства указывают на *конъюнкцию*. К соединительным средствам относят не только слова (прежде всего союзы), но и словосочетания (on the contrary), а также целые предложения (I mean) [21, с. 17]. Р. Дирвен и М. Верспуэр среди когезивных средств связности (cohesive links) упоминают подчинительные союзы (because, if, although), сочинительные союзы (and, but), соединительные наречия (so, therefore, yet) и соединительные адвербиальные фразы (as a consequence, in contrast with this) [20, с. 204].

В восточноевропейской лингвистике упоминаются грамматические средства связности – одновременная сопряженность глаголов, единство грамматических форм лица, наклонения и т.д., союзы и союзные слова, местоимения, порядок слов [1, с. 148], – создающие основу локальной связности [2, с. 43], или когезии [12, с. 48]. Такой вид связности еще называют экстрасвязностью [11, с. 11].

Таким образом, выделенные нами основные четыре параметра создают своего рода “опоры” для исследования тех или иных аспектов текстового единства. В результате последовательного комбинирования данных параметров обнаруживаются области пересечения итерационно-реляционных векторов анализа, что обуславливает необходимость введения в опорную схему (см. рис. 3) дополнительных, комплексных параметров, а именно:

- 5 – **итерации и реляции форм;**
- 6 – **итерации и реляции содержания;**
- 7 – **итерации форм и содержания;**
- 8 – **реляции форм и содержания.**

В расширенной, интегративной модели (рис. 4), которая включает комплексные параметры 5–8, даны также термины, используемые в различных работах для обозначения того или иного понятия. Тем самым модель позволяет более четко уяснить суть терминов “когерентность”, “когезия”, “целостность” и “связность” и закрепить за ними определенное содержание. Схематически очерченный коммуникативный параметр указывает на возможность расширения модели за счет дискурсивных категорий текста.

Исходя из понимания категории как единства содержания и языковых форм его выражения, целесообразно предположить, что основополагающими категориями текста как языкового знака являются:

- когерентность
- целостность (итеративная когерентность)
- связность (реляционная когерентность).

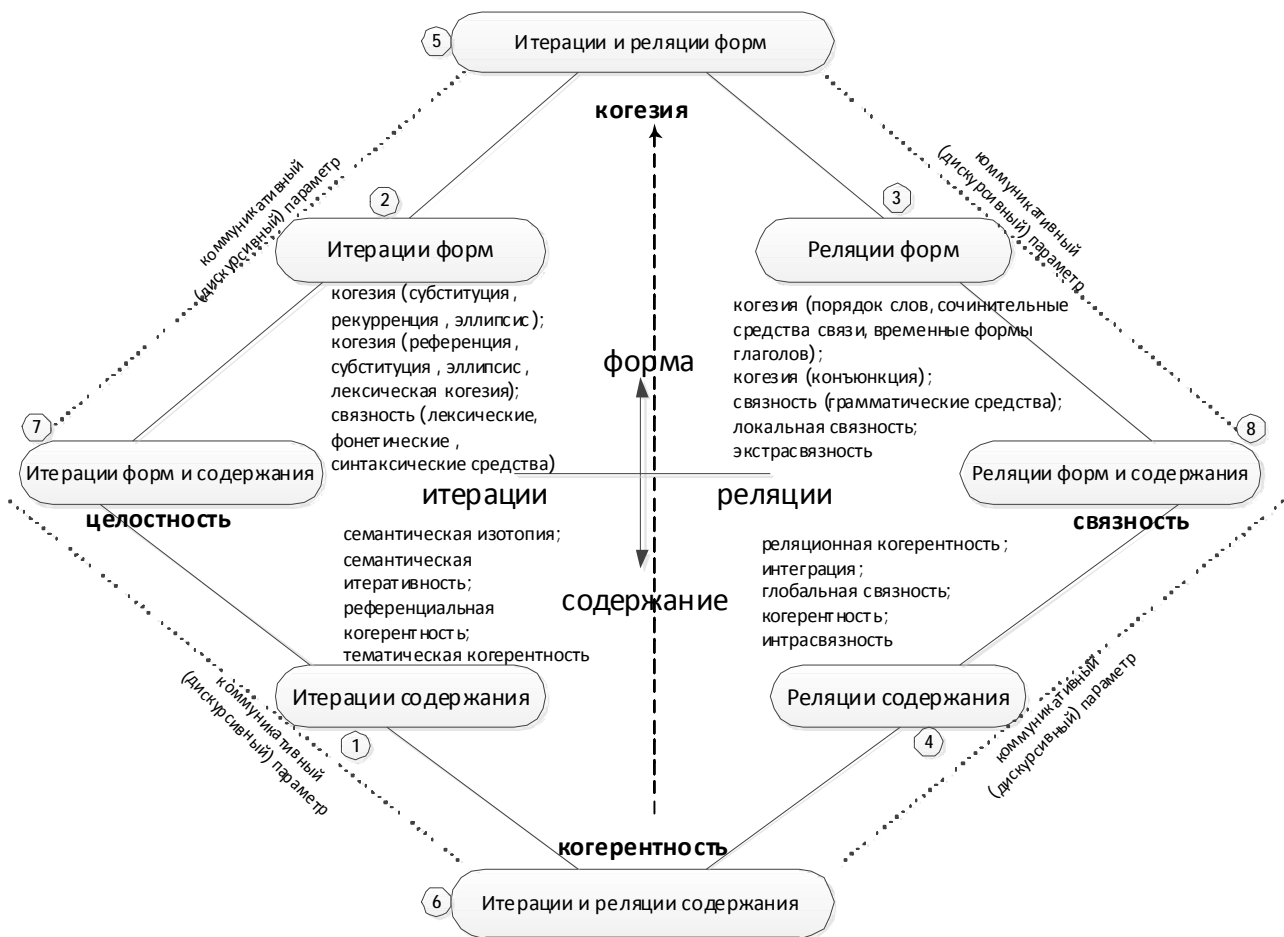


Рис. 4. Итерации и реляции как основа единства текста: интегративная модель

При этом когерентность выступает в качестве суперординатной категории, а целостность и связность суть субординатные категории. **Когерентность** (6) понимается как итерации и реляции содержательных частей текста. Формальным средством репрезентации когерентности является *когезия* (5) – комплекс итеративных форм и формальных реляций. **Целостность (итеративную когерентность)** (7) следует понимать как повторяемость содержательных частей текста, эксплицируемую *когезивными итерациями языковых форм*. **Связность (реляционную когерентность)** (8) подразумевает связь между содержательными частями текста, выражаемую *когезивными реляциями языковых форм*.

Определение сути терминов “когерентность”, “когезия”, “целостность” и “связность” является необходимым условием для систематизации прочих текстовых категорий, часть из которых могут быть интегрированы в понятия, обозначаемые данными терминами, в качестве составляющих этих понятий, а часть категорий могут быть упорядочены по отношению к ним, что является темой отдельного исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста / Н.С. Болотнова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта: Наука, 2007. – 520 с.
2. Валгина Н.С. Теория текста : учеб. пособие / Н.С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 175 с.
3. Воробьева О.П. Лингвистические аспекты

- адресованности художественного текста : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.19 / Воробьева Ольга Петровна. – М., 1993. – 382 с. 4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 138 с. 5. Красных В. В. От концепта к тексту и обратно (к вопросу о психолингвистике текста) / В.В. Красных // Вестник Моск. ун-та. – Серия 9. – 1998. – № 1. – С. 43-78. 6. Кухаренко В.А. Интерпретация текста : учеб. пособие [для студентов пед. ин-тов по спец. 2103 “Иностр. яз.”]. – 2-е изд., перераб. / В.А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 192 с. 7. Лукин В.А. Художественный текст. Основы лингвистической теории и элементы анализа: Учеб. [для филол. спец. вузов] / В.А. Лукин. – М. : Изд-во “Ось-89”, 1999. – 192 с. 8. Макаров Л.М. Основы теории дискурса / Л.М. Макаров. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с. 9. Мороховский А.Н. К проблеме текста и его категорий / А.Н. Мороховский // Текст и его категориальные признаки: Сб. науч. тр./ КГПИИЯ. – К., 1989 – С.3–8. 10. Москальская О.И. Грамматика текста / О.И. Москальская. – М. : Высш. школа, 1981. – 183 с. 11. Мурзин Л.Н. Текст и его восприятие / Л.Н. Мурзин, А.С. Штерн. – Свердловск : Изд-во УГУ, 1991. – 172 с. 12. Николина Н.А. Филологический анализ текста : учеб. пособие [для высш. пед. учеб. заведений] / Н.А. Николина. – М. : Академия, 2003. – 256 с. 13. Папина А.Ф. Текст: его единицы и глобальные категории / А.Ф. Папина. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 368 с. 14. Тураева З.Я. Лингвистика текста / З.Я. Тураева. – М. : Просвещение, 1986. – 127 с. 15. Филиппов К.А. Лингвистика текста : Курс лекций / К.А. Филиппов. – СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. – 336 с. 16. Филиппова Е.В. Семантическая изотопия: определение понятия, основные точки зрения [Электронный ресурс] / Е.В. Филиппова. – Режим доступа : <http://www.superinf.ru/viewhelpstud.php?id=5148> 17. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость. Интертекстуальность. Интердискурсивность : учеб. пособие/ В.Е. Чернявская. – М. : Книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2009. – 248 с. 18. Щирова И.А. Многомерность текста: понимание и интерпретация : учеб. пособие / И.А. Щирова, Е.А. Гончарова. – СПб : ООО “Книжный дом”, 2007. – 472 с. 19. Beaugrande R. de. Introduction to Text Linguistics [Электронный ресурс]/ R. de Beaugrande, W. Dressler. – Режим доступа: http://www.beaugrande.com/introduction_to_text_linguistics.htm 20. Dirven R. Cognitive Exploration of Language and Linguistics /R. Dirven, M. Verspoor – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1998. – 300 p. 21. Halliday M.A.K. Cohesion in English / M.A.K. Halliday, R. Hasan. – L.: Longman, 1976. – 374 p.

АЛГОРИТМІЧНО-ФАБУЛЬНА ПОБУДОВА СЮЖЕТІВ АНГЛІЙСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗОК

Л.І. Тараненко, канд. філол. наук (Київ)

У статті на основі обґрунтованої автором алгоритмічної моделі розгортання англійської народної казки за її фабульними елементами побудовано інтегровану класифікацію казок, придатну слугувати теоретико-методологічним підґрунтям для наукового аналізу будь-яких сторін їхнього створення та функціонування.

Ключові слова: алгоритмічно-фабульна модель, англійська народна казка, інтегрована класифікація, казка, сюжет.

Тараненко Л.І. Алгоритмично-фабульное построение сюжетов английских народных сказок. В статье в соответствии с обоснованной автором алгоритмической моделью развертывания английской народной сказки по ее фабульным элементам построена интегрированная классификация сказок, способная выполнять роль теоретико-методологического основания для научного анализа любых сторон их создания и функционирования.

Ключевые слова: алгоритмично-фабульная модель, английская народная сказка, интегрированная классификация, сказка, сюжет.

Taranenko L.I. Algorithmic-and-fable plot structure of English folk tales. In the article on the basis of the substantiated algorithmic model of the development of plot elements of an English folk tale the author suggests an integrated classification of fairy-tales which is suitable to serve as a theoretical and methodological ground for the scientific analysis of any aspect of fairy-tales creation and functioning.

Keywords: algorithmic model of the story plot, English folk tale, integrated classification, fairy-tale, plot.

Казка як один із найпоширеніших жанрів усної народно-епічної творчості вивчена на теперішній час лінгвістами досить ретельно. У ряді попередніх робіт (див., напр., [8; 34]) нами було обґрунтовано розподіл існуючих фольклорних текстів малої форми на три укрупнені групи або класи за ознакою їхньої функціональної спрямованості: креативно-повчальні (загадка, анекдот, байка, притча), культурно-побутові (приказка, прислів'я, повір'я, казка) та духовно-ідеологічні (легенда, балада, міф). Цей розподіл показав, що казка за обсягом тексту та смисломістким насиченням її структурних елементів може розглядатися як оригінальний твір епосу, що акумулює в собі споконвічну народну мудрість.

Тому будь-який кваліфікований лінгвіст розуміє, що саме невичерпність народної мудрості і є тим чинником, який призводить і ще значний історичний час призводитиме до відкриття дослідниками но-

вих унікальних сторін та властивостей казки. І тим не менш складається враження, що, ретельно з'ясувавши основні специфічні жанрові, структурно-композиційні, функціонально-прагматичні, мовні особливості казки, її історичні витoki, тематику, ідейний зміст, образи, деталі розповіді, естетичний ефект, мотиви, спорідненість з іншими фольклорними текстами тощо, дослідники спрямували свої зусилля на малопродуктивні спроби розширення арсеналу наукових фактів, подібних до вже здобутих раніше.

Мабуть, унаслідок цього поза увагою і лишаяються нечисельні прогнози та передбачення щодо подальшої постановки низки практичних і теоретичних завдань у галузі фольклористики. До них, насамперед, слід віднести питання доопрацювання класифікаційних принципів, здатних забезпечити скорочення кількості критеріїв систематизації різновидів казок, пошук алгоритмів певних фольк-

лорних творів, опис інтегрованих “полів” для сюжетно-мотивованих конгломератів різних жанрів фольклорних текстів, визначення рівнів жанрової специфічності мотивного фонду, з’ясування взаємодії жанрів через загальні поля мотивного фонду тощо [21]. Щодо вирішення першого вельми необхідного, на наш погляд, завдання, то слід відзначити позитивні зрушення, пов’язані з результатами дослідження [10; 11; 12]. Три наступні завдання вбачаються лише аспектами питання, чітке формулювання якого у праці [21] відсутнє.

Однак, пам’ятаючи відомий постулат В.Я. Проппа про те, що всі чарівні казки є однотипними за своєю будовою [26, с. 24], доцільніше вирішувати завдання пошуку нового підходу до класифікації ознак народних казок взагалі та англійських народних казок зокрема. Саме такий підхід, що ґрунтується на інтеграції алгоритмічно-фабульної побудови сюжетів із смисломістким насиченням текстів фольклорних творів було запропоновано й апробовано нами на матеріалах англійських байок та прислів’їв у працях [35, с. 36–42; 36]. Узагальнення результатів сформованої у цих працях класифікації засвідчило потенційну можливість вирішення актуальної проблеми взаємозв’язку фабульних елементів фольклорних творів із синергетичними процесами саморозвитку [8, с. 79–80] всіх інших видів фольклорної і художньої творчості.

Саме тому метою нашого дослідження було обґрунтування структурної схеми алгоритмічно-фабульної побудови англійських народних казок на основі аналізу особливостей розгортання їхніх сюжетів.

Широко відомим результатом систематизації 2500 тисяч казкових сюжетів за їхніми жанровими різновидами є показчик казкових типів Aarne-Thompson (ATh), запропонований А. Аарне і доповнений С. Томпсоном [43] та пізніше уточнений Х.-Й. Утером [47]. При цьому майже тисяча зазначених у показчику оригінальних сюжетів супроводжуються їхнім стислим описом та бібліографічними даними.

Спираючись на цей показчик, Б. Кербеліте створила структурно-семантичну класифікацію литовських народних казок, диференційованих

на основі їхніх елементарних сюжетів [11; 12].

Дещо інший бік казок розглядував А.Н. Веселовський, який описав елементарні алгоритми розвитку казки від мотиву до сюжету [2, с. 300–306]. Виходячи з плинності їхніх тем, Р.М. Волков класифікував казки за п’ятнадцятьма основними сюжетами (напр., про героя-дурня, про трьох братів, про мудру діву і т.ін.) та запропонував прийняти їх за постійну одиницю змістового аналізу казки [4, с. 4].

У результаті морфологічного аналізу казки О.І. Нікіфоров сформулював три закони їхньої композиційної побудови [22, с. 314–318]: повторення динамічних елементів казки, існування композиційного стержня подій та категоріального чи граматичного формування казкової дії. Крім того, від поділив казки на три великі групи: чоловічі, жіночі й нейтральні та виокремив інваріанти схематичного малюнка ходу подій у казці.

Окремий інтерес з погляду розглядуваної нами проблеми має праця В.Я. Проппа [26, с. 26–59], у якій під час аналізу сюжетів чарівної казки ним виділено тридцять одну функцію, під якими розуміється дія або вчинок персонажу в процесі розгортання сюжету. Однак важко погодитися з таким уживанням терміна “функція”, оскільки під функцією як загальнонауковою причинно-наслідковою категорією [40, с. 751] доцільніше у даному випадку розуміти явну або латентну мету, відповідно до якої розгортаються дії героїв казки. Більше того, проведений з цього приводу змістовий аналіз зазначених у розглядуваній роботі функцій засвідчив, що за незначним винятком усі вони без викривлення сутності міркувань автора можуть бути кваліфіковані як фабульні елементи казки. Незважаючи на це, систематизоване В.Я. Проппом знання може без ускладнень бути трансформоване у певну матрицю варіювання смисломісткого насичення фабульних елементів англійських народних казок.

Не менш цікава ідея А.-Ж. Греймаса, який намагався звести функції В.Я. Проппа до менш складної структури, що спрощує опис епізодичних одиниць казки [5, с. 91]. Унаслідок цього йому вдалося за рахунок розподілу функцій (у нашому читанні – фабульних елементів) по парах скоротити їхню

кількість до двадцяти епізодичних одиниць (напр., “заборона – порушення”; “пастка – пособництво”; “випробовування героя – його реакція”; “боротьба – перемога”; “клеймування”; “ліквідація нестачі”; “просторове переміщення”; “покарання – весілля” тощо). Уважаючи методологічно виправдану спробу спрощення парних фабул, ми, на жаль, не можемо погодитися з отриманим автором результатом, оскільки ним порушено відомий діалектичний принцип добору рівнонапружених протилежностей, що повинні мати однакову природу (див., напр., “шкідництво – недостача”; “вивідування – видача” тощо). Крім того, у праці має місце протиставлення різних за ступенем узагальнення та значущості епізодичних одиниць (напр., замість “покарання – весілля” мало б бути “покарання – винагорода”, а замість “заборона – порушення” – “заборона – дозвіл”) і навіть ігнорування принципу парності (див., напр., функції, що не мають пари: “клеймування”, “відправлення”, “упізнання” тощо).

Несправедливо тут не згадати, що подана дещо під іншим кутом зору на порушення ряду правил процедури систематизації критика недосконалість праці А. Греймас [5] присутня в роботі [33, с. 21–25]. Незважаючи на допущені А. Греймасом методологічні огріхи, слід визнати, що напрям пошуку алгоритмічних основ побудови казок був і лишається перспективним. До речі самі автори згадуваної праці [33] не лише здійснили критику праці А. Греймас, а й просунули вирішення цієї проблеми до рівня формалізації героєцентричної семантичної системи для опису поведінки персонажів казки, на ґрунті якої була сформована модель, що охоплює десять колонок, та, за свідченням авторів, є певною мірою обмеженою за здатністю моделювання усіх сюжетів розглядуваних ними казок. Проте, як не дивно, автори цієї розробки також не редукували поняття функції до поняття фабули, смислофункціональне призначення якої (поняттям “фабула” позначають короткий зміст, виклад відображених у творі дій і подій у їхньому послідовному зв’язку [31, с. 667]) вони по суті й оперували під час аналізу.

На відміну від цього, у процесі доповнення та переробки покажчика казкових сюжетів А. Аар-

не, М.П. Андреев як професійно об’єктивний дослідник глибоко розуміє, що головною вадою усіх праць по укладанню тих чи інших покажчиків казкових сюжетів (у тому числі і його покажчика) є те, що ці класифікації будуються на різних принципах їхнього поділу, довільно обраних авторами [1, с. 7–8]. Це призводить, на його думку, до штучного об’єднання в окремі групи споріднених казок з казками, що ніякими генетичними ознаками з ними не пов’язані. Авторський покажчик казкових сюжетів М.П. Андреева розподілено на три основні класи: казки про тварин, власне казки та казки-анекдоти, у межах яких здійснено їхню додаткову диференціацію. При всій сумнівній необхідності методологічно довільної побудови чергової класифікації корисність роботи М. П. Андреева вбачається в тому, що йому вдалося на нижньому ієрархічному рівні диференціальних ознак казок інтерпретувати їхні сюжети досить лаконічним викладом фабул, з яких вони складаються (напр., прикинувшись мертвою, лисиця лягає на дорогу; чоловік кладе її на віз; вона скидає рибу і зістрибує з возу).

Також цікавою з погляду проблеми нашого дослідження постає праця О.О. Тудоровської [38], в якій у загальних рисах окреслено перспективність систематизації казок по історичному вектору генезису мотивів і епізодів, що повністю переходять з однієї казки в іншу, а також класифікування їхніх сюжетів за провідним конфліктом. По суті нею запропоновано підхід до побудови часткової класифікації окремих указаних в покажчику Аарне-Андреева казок по провідному конфлікту на основі структурного співвіднесення сюжету та епізоду. З цього приводу достатньо зауважити, що йдеться лише про можливість розширення змістової частини зазначеного покажчика за рахунок довільно вибраних авторкою генетичних ознак казок.

Відомо також, що вивченню інших аспектів казок присвячено низку праць, у яких досліджено сюжетні типи, мотиви й епізоди [6; 22; 39; 28; 9] та здійснено систематизацію казок за різними ознаками [1; 7, с. 14–27; 26; 44; ; 46; 19; 41; 11; 12]. Опанувавши основні проблеми феномену функціонування казки в соціумі та закономірності її побудови,

дови, сучасні лінгвісти продовжують активні пошуки вирішення часткових питань встановлення закономірностей та сталих зв'язків між: жанрово-композиційним і лінгвопрагматичними [3; 18], лінгвоторичними, етнолінгвістичними й етнокультурними аспектами казки [23, с. 408–438; 25; 30], її тематичними, структурно-композиційними й лінгвокультурними характеристиками [6; 27; 14], лінгвостилістичними [20] й лінгвосеміотичними [42] особливостями казки, реалізацією антропоцентричності [16] й мовними засобами оформлення [13; 17; 32], мовною картиною світу казки [24; 29; 37] тощо.

Узагальнюючи викладені вище міркування, значимо, насамперед, що у множині генерованої та практично здобутої лінгвістичною наукою інформації присутні основні теоретичні положення та конкретні емпіричні факти, які дозволяють здійснити формування відповідної узагальненої моделі алгоритмічно-фабульної структури побудови сюжетів англійських народних казок.

Вирішуючи подібне питання у колі проблеми побудови універсальної алгоритмічної моделі фабули англійських прозових байок [35, с. 39], ми зазначали, що формування шуканої моделі доцільно здійснювати на підставі розуміння фабули як алгоритму подій, що формують сюжет, а сюжету – як способу викладу теми за певними елементами фабули.

Під час розробки методологічного підґрунтя започаткованого нами дослідження було обґрунтовано доцільність здійснення у якості першого кроку пошуку певної системної моделі, до складу якої мають входити основні структурні компоненти сюжету, що дозволяють розглядати композиційну структуру казки як певну функціонально-ієрархічну систему елементів з притаманними їм зв'язками.

Другим кроком передбачалося стисле формулювання смисломісткого насичення фабульних елементів шуканої моделі та їхнє відповідне диференціювання.

Суть третього кроку мала полягати у формуванні інтегруючої матриці, яка безпосередньо відбивала однозначний зв'язок структурних компонентів сюжету англійських народних казок зі смисломістким насиченням його фабульних елементів.

На підставі обґрунтованої таким чином логіки послідовності методологічних дій було систематизовано ієрархію структурних компонентів сюжетів та фабульних елементів англійських народних казок. Це дало нам можливість структурувати сукупність елементів розглядуваної системи, наведену на рис. 1, в алгоритмічну модель розгортання сюжету англійської народної казки за її фабульними елементами.

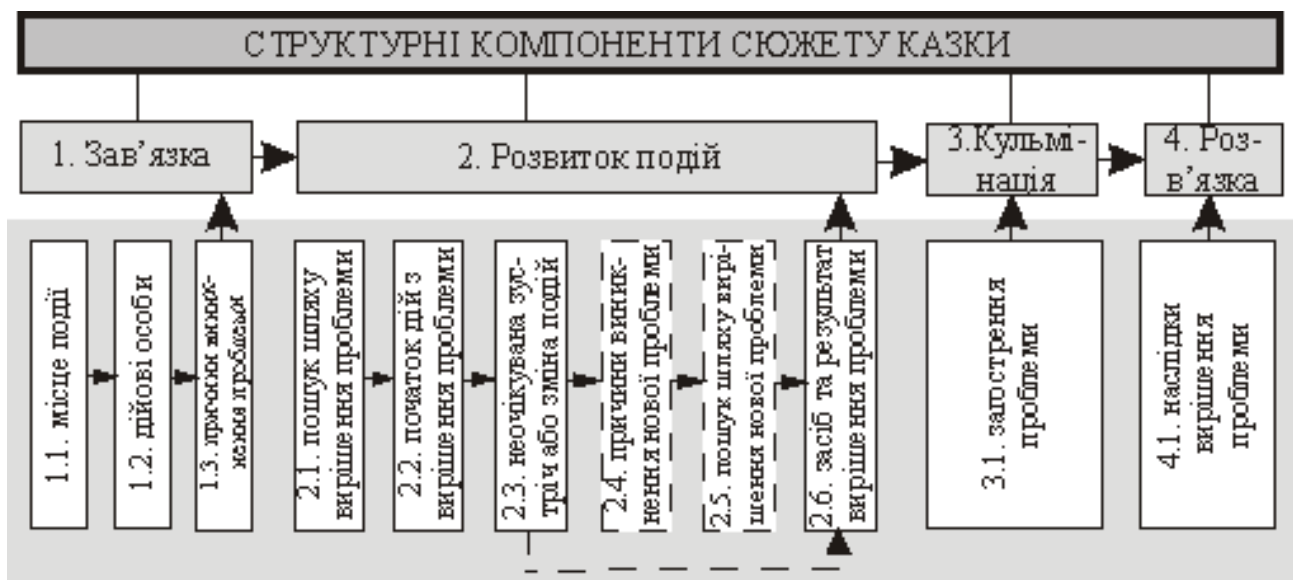


Рис. 1. Алгоритмічна модель розгортання сюжету англійської народної казки за її фабульними елементами

На першому рівні цієї системи у якості структурних компонентів сюжету казки введено такі блоки фабульних елементів: зав'язка, розвиток подій, кульмінація, розв'язка.

Подрібнення зазначених блоків на узагальнені фабульні елементи дозволило визначити сутність кожного з елементів, що входять до складу морфологічної сукупності нижнього ієрархічного рівня розглядуваної моделі. Репрезентована у вербальній формі модель розгортання сюжету англійської народної казки набула такого вигляду: *1. Зав'язка*: 1.1. місце події; 1.2. дійові особи; 1.3. причини виникнення проблеми; *2. Розвиток подій*: 2.1. пошук шляху вирішення проблеми; 2.2. початок дій з вирішення проблеми; 2.3. неочікувана зустріч або зміна подій; 2.4. причини виникнення нової проблеми; 2.5. пошук шляху вирішення нової проблеми; 2.6. засіб та результат вирішення проблеми; *3. Кульмінація*: 3.1. заострення проблеми; *4. Розв'язка*: 4.1. наслідки вирішення проблеми.

Алгоритмічна послідовність дій, що забезпечують розгортання сюжету казки, означена на моделі Рис. 1 стрілками відповідного спрямування. Так, для формування “Зав'язки” казки як окремого блоку її фабульних елементів за повним алгоритмом автор має у чіткій послідовності означити: 1.1. місце події → 1.2. дійові особи → 1.3. причини виникнення проблеми. У разі використання ним однієї із можливих альтернатив скорочення алгоритму казки, алгоритмічно-фабульні елементи 1.1 або 1.3, чи 1.1 та 1.3 можуть бути опущені.

На відміну від цього, алгоритм блоку фабульних елементів “Розвиток подій” будується за дещо більш складною схемою. У переважній більшості англійських народних казок використовується мінімальний алгоритм розгортання сюжету, за яким реалізуються послідовно такі фабульні елементи: 2.1. пошук шляху вирішення проблеми → 2.2. початок дій з вирішення проблеми → 2.3. неочікувана зустріч або зміна подій → 2.6. засіб та результат вирішення проблеми. Проте існують казки з додатковим виникненням проблем, для опису подолання яких після викладу фабульного елемента 2.3 у сюжет казки вводяться послідовно елементи

2.4. – причини виникнення нової проблеми та 2.5. – пошук шляху вирішення нової проблеми. Таке виникнення додаткових проблем може повторюватися протягом розгортання блоку фабульних елементів “Розвиток подій” двічі та описуватися за тим самим алгоритмом, за яким описується й одноразове виникнення проблеми.

У результаті реалізації третього кроку обгрунтованого вище методологічного підходу до формування шуканої алгоритмічно-фабульної структури сюжетів англійських народних казок нами була побудована матриця смисломісткого насичення їхніх фабульних елементів, зведена в таблицю 1.

Вертикальна колонка ознак таблиці 1 віддзеркалює структуру та зміст понятійної системи, наведеної на рис. 1. Горизонтальна шапка таблиці охоплює інформацію про існуючу варіативність смисломісткого насичення фабульних елементів англійських народних казок та містить посилання на їхнє найбільш повне [45] друковане видання. Зазначимо тут, що у зв'язку з обмеженням формату викладу до сукупності варіантів смисломісткого насичення фабульних елементів нами введено лише їхні стислі загальні формулювання. Крім того, для адекватного розуміння охопленого матрицею таблиці 1 матеріалу слід розрізняти алгоритмічно-фабульний елемент від власне фабули. Так, алгоритмічно-фабульні елементи 1.1 “Місце подій”, 1.2 “Дійові особи” та 1.3 “Причини виникнення проблеми” блоку “Зав'язка” охоплюють альтернативи смисломісткого насичення фабульних елементів, у яких дії або події є, здебільшого, відсутніми, а сам фабульний елемент позначений іменником.

На відміну від цього, у всіх інших фабульних елементах блоків “Розвиток подій”, “Кульмінація” та “Розв'язка” присутні узагальнені фабули, що за допомогою дієслів відображають дії героїв.

За таких умов ми отримуємо можливість подальшого природного безпосереднього переходу від узагальнених формулювань фабульних елементів таблиці 1 до конкретного розгорнутого викладу їхнього змісту в текстах [45] англійських народних казок.

Таблиця 1
Матриця смисломісткого насичення алгоритмічно-фабульних елементів сюжету англійських народних казок за джерелом [45]

| Структурні компоненти сюжету | Алгоритмічно-фабульні елементи | Смисломістке насичення фабульних елементів (сторінка за джерелом [45]) |
|------------------------------|--|---|
| 1. Зає'язка | 1.1. Місце події | <i>наближене до реальності</i> : графство [45, с. 131, 155], територія [45, с. 51, 61, 137, 155], країна [45, с. 77], місцевість [45, с. 66, 74] тощо; <i>фантастичні</i> : пляшка з-під оцту [45, с. 34] і т.д. |
| | 1.2. Дійові особи | <i>люди</i> : знать [45, с. 15, 37, 103, 117, 131, 137, 141, 155], подружжя [45, с. 24, 34, 66, 144], подружжя без дітей [45, с. 103], подружжя з дітьми [45, с. 94, 114, 131], мати й син(и) [45, с. 53, 98, 113], мати й дочка [45, с. 19], батько й дочка [45, с. 48, 117], чоловік [45, с. 102], бабуся [45, с. 41], батько, рідна дочка та мацуха [45, с. 27, 131, 141, 150], селянин [45, с. 77], жінка [45, с. 51, 109, 148], хлопцеві [45, с. 32, 122, 127, 145] і т.д.; <i>тварини</i> : ведмеді [45, с. 74], поросята [45, с. 30, 59], кіт [45, с. 136], миші [45, с. 63, 136] і т. ін.; <i>птахи</i> : кури [45, с. 87], сорока [45, с. 140] і т. ін.; <i>казкові або чарівні істоти</i> : чарівник/фея [45, с. 61, 89, 137, 154], велетень [45, с. 37, 77], домовий [45, с. 144], хлопчик-мізинчик [45, с. 113] тощо. |
| | 1.3. Причини виникнення проблем | <i>зовнішні причини</i> : непорозуміння між героями [45, с. 19, 24, 48, 145], відсутність житла [45, с. 34, 41], відсутність їжі [45, с. 53, 74, 94, 122], зміна обставин [45, с. 30, 98, 109, 144, 155], неочікувана подія [45, с. 37, 89, 114, 117, 131, 148] і т. ін.; <i>внутрішні причини</i> : необачність героя (в діях, прогнозах, поведінці) [45, с. 61, 98, 140], необізнаність [45, с. 37, 66, 87], неспроможність [45, с. 137], неслухняність [45, с. 120], дурість [45, с. 61], закоханість [45, с. 117, 131], заздрість [45, с. 27, 43, 133, 141, 150], ненависть [45, с. 27, 150], страх [45, с. 77, 136], лінощі [45, с. 113], неадекватність сприйняття реальності або подій [45, с. 87, 154] тощо. |
| 2. Розв'язок події | 2.1. Пошук шляху вирішення проблеми | <i>зовнішній вплив</i> : скористатися порадою [45, с. 131], виконати вимогу/завдання [45, с. 19, 77, 89, 94, 98, 136, 141, 148] і т. ін.; <i>внутрішнє рішення</i> : поправити матеріальне становище [45, с. 34, 41, 53, 113, 122], знищити ворога [45, с. 77], суперника [45, с. 141, 150], одружитися [45, с. 19, 98, 102, 117], подивитися світ [45, с. 24, 32, 66], знайти шлях [45, с. 145], змінити обставини [45, с. 61, 137, 144, 156], насититися [45, с. 74], збагатитися [45, с. 53], дізнатися правду [45, с. 109] тощо. |
| | 2.2. Початок дій з вирішення проблеми | <i>зробив перший крок</i> : скористався порадою [45, с. 131], побудував [45, с. 58], вирушив у дорогу [45, с. 24, 32, 34, 41, 51, 87, 89, 98, 103, 109, 122, 141, 145, 150, 155], убив [45, с. 27, 43], обманув [45, с. 37, 48, 53, 61, 117, 137], пограбував [45, с. 41], найнявся на роботу [45, с. 113], придбав [45, с. 30] тощо. |
| | 2.3. Неочікувана зустріч або зміна подій | <i>зустріч з реальними або казковими персонажами (одна особа або група осіб)</i> : диваки [45, с. 24], подорожні [45, с. 30, 41], супутники [45, с. 32, 66, 87, 122, 150], розбійники [45, с. 32,], велетні [45, с. 53, 77, 94, 98], тварини [45, с. 87, 150], чарівники [45, с. 61, 89, 103] тощо. <i>зміна реальних або чарівних подій та обставин</i> : захоується [45, с. 37, 48,], отримує чарівну річ [45, с. 53, 66, 98, 145, 148, 155], неочікувану допомогу [45, с. 131, 155], перевтілюється [45, с. 48], члесь народження [45, с. 37], смерть [45, с. 102, 109] або неочікуване спасіння [45, с. 137], щось знаходить [45, с. 34]. |

Продовження таблиці 1

| | | |
|-----------------|----------------------------------|---|
| | 2. Розвиток події | <p>бажання подальшого збагачення [45, с. 53, 102], задоволення додаткових потреб [45, с. 32, 41, 148], поява нових перешкод або обставин [45, с. 19, 30, 37, 66, 87, 94, 98, 117, 137,] і т. ін.</p> <p>зміна логіки дій [45, с. 19, 103, 141], змушування [45, с. 30, 137], переконання [45, с. 37,], підкорення до існуючих обставин [45, с. 154], вибір комфортних умов [45, с. 103] тощо.</p> <p><i>Досягнення мети за допомогою:</i> товаришів [45, с. 98,], дружини/коханой [45, с. 37, 150], супутників [45, с. 30, 32, 43, 66, 136, 150], хитроців [45, с. 41, 53], везіння [45, с. 19, 103, 113, 120, 122], кмітливості [45, с. 27, 48, 58, 77, 94, 98, 141], досвіду [45, с. 24], сміливості [45, с. 109], чарів [45, с. 19, 27, 43, 66, 89, 117, 131, 145] тощо.</p> <p><i>Недосягнення мети через:</i> безглуздя [45, с. 34, 61, 63, 87, 114, 148, 154], жадібність [45, с. 51, 74, 102, 137, 155] і т.д.</p> |
| 3. Культурнація | 3.1. Загострення проблеми | <p><i>Очікувана:</i> отримання задуманого [с. 19, 30, 32, 41, 66, 94, 117, 136, 144], уникнення загрози або покарання [45, с. 27, 53, 61, 98, 120], отримання покарання [45, с. 34, 58, 74, 94, 102, 114, 131, 154] або нагороди [45, с. 32, 77, 141, 150].</p> <p><i>Неочікувана:</i> уникнення загрози або покарання [45, с. 53, 87], з'ясування правди [45, с. 24, 43, 48, 109], неочікувана добра дія або подія [45, с. 87, 103, 113, 122, 137, 144], неочікуване покарання [45, с. 51, 63, 148].</p> |
| 4. Розв'язка | 4.1. Наслідки вирішення проблеми | <p><i>Позитивна:</i> кінцеве благополуччя [45, с. 30, 32, 53, 58, 66, 103, 117, 120, 122, 136, 137], одруження [45, с. 24, 37, 48, 77, 94, 98, 113, 141, 145, 150, 155], зникнення загрози [45, с. 19, 27, 61, 87, 89, 109, 131, 144].</p> <p><i>Негативна:</i> залишитися ні з чим [45, с. 34, 41, 43, 51, 63, 74, 102, 114, 148, 154].</p> |

Оскільки під час формування узагальненої моделі ми дотримувалися рекомендації пункту дев'ять [15, с. 205] сучасної методології і технології організації морфологічних класів понять за їхньою функціональною ієрархією (мається на увазі логіка послідовності викладу казки) від більшого до меншого та методологічних правил побудови інтегрованих класифікацій [там само: 193-206], то викладені нами результати їхнього виконання розкривають перед лінгвістикою практично необмежені перспективи подальшого всеосяжного комп'ютерного моделювання не лише будь-якої повної наукової класифікації функціонально-лінгвістичних ознак казок інших народів світу, але й відповідних тренінгових програм з аналізу мовленнєво-розумових операцій, що використовувалися та можуть використовуватися у процесі створення текстів літературних казок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев Н.П. Указатель сказочных сюжетов по системе Аарне / Н.П. Андреев // Гос. русск. географ. общество. Отделение этнографии. Сказочная комиссия. – Л. : Гос. русск. геогр. общество, 1929. – 118 с.
2. Веселовский А.Н. Историческая поэтика / А.Н. Веселовский. – М. : Высшая школа, 1989. – 406 с.
3. Викулова Л.Г. Волшебная французская литературная сказка конца XVII конца XVIII века: Прагматический аспект : монография / Л.Г. Викулова. – Иркутск : ИГЛУ, 2001. – 286 с.
4. Волков Р.М. Сказка. Разыскания по сюжетосложению народной сказки. Т.1 : Сказка великорусская, украинская, белорусская. – Одесса : Гос. изд-во Украины, 1924. – 238 с.
5. Греймас А. В поисках трансформационных моделей / А.-Ж. Греймас // Зарубежные исследования по семиотике фольклора. – М. : Наука, 1985. – С. 89-109.
6. Давиденко Г.В. Німецька народна побутова казка : тематичні, структурно-композиційні та лінгвокультурні характеристики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Давиденко Ганна Віталіївна. – К., 2009. – 19 с.
7. Дандес А. Фольклор : семиотика и/или психоанализ : сб. ст. ; пер. с англ.; сост. А.С. Архипова; редкол. : Е.М. Мелетинский (пред.) и др. – М. : Вост. лит., 2003. – 279 с.
8. Калита А.А. Генезис жанрів художніх текстів / А.А. Калита, Л.І. Тараненко // *Studia Methodologica*. – Вип. 23. – Тернопіль : Ред.-видав. відділ ТНПУ імені В. Гнатюка. – 2008. – С. 77-80.
9. Карпенко С.Д. Міфологічні мотиви в українських народних казках про тварин : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.07 / Карпенко Світлана Дмитрівна. – К., 2004. – 194 с.
10. Кербелите Б. Методика описания структур и смысла сказок и некоторые ее возможности / Б. Кербелите // Типология и взаимосвязи фольклора народов СССР. Поэтика и стилистика ; ред. В.М. Гацак. – М. : Наука, 1980. – С. 48-100.
11. Кербелите Б. Типы народных сказок : структурно-семантическая классификация литовских народных сказок : в 2 ч. / Б. Кербелите ; пер. с лит. Б. Кербелите. – М. : Изд-во РГГУ, 2001. – Ч. 1. – 431 с.
12. Кербелите Б. Типы народных сказок: структурно-семантическая классификация литовских народных сказок: в 2 ч. / Б. Кербелите ; пер. с лит. Б. Кербелите. – М. : Изд-во РГГУ, 2005. – Ч. 2. – 724 с.
13. Кириллова О.Ю. Языковые особенности современной немецкой литературной сказки (проблема дискурса) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. філол. наук : 10.02.04 / Кириллова Ольга Юрьевна. – Нижний Новгород, 2005. – 23 с.
14. Кирилюк О.С. Універсалії культури і семіотика дискурсу. Казка та обряд : [монографія] / О.С. Кирилюк; НАН України. Центр гуманіт. освіти. Одес. філ., 2-е вид., доповн. та виправл. – Одеса : ЦГО НАН України : Автограф, 2005. – 372 с.
15. Клименюк О.В. Технологія наукового дослідження: [авторський підручник] / О.В. Клименюк. – К., Ніжин : ТОВ "Видавництво "Аспект-Поліграф", 2006. – 308 с.
16. Лещенко О.І. Особливості реалізації антропоцентричності в англійських казках : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Лещенко Ольга Іллівна. – К., 1996. – 21 с.
17. Мамонова Ю.В. Когнітивно-дискурсивні особливості лексико-англійської побутової сказки : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. філол. наук : 10.02.04 / Мамонова Юлія Вахтанговна. – М., 2004. – 21 с.
18. Мاستилко Н.В. Іспанська народна казка : жанрово-композиційний та лінгвопрагматичний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.05 / Мاستилко Наталія Володимирівна. – К., 2005. – 20 с.
19. Мелетинский Е.М. Герой волшебной сказки (происхождение образа) / Е.М. Мелетинский. – М. : Изд-во восточной литературы, 1958. – 263 с.
20. Нефьодова О.Д. Особливості лінгвостилістичної організації тексту британської літературної казки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 / Нефьодова Олена Дмитрівна. – Х., 2001. – 18 с.
21. Неклюдов Ю.С. Проблемы структурно-семантического указателя фольклорных сюжетов и мотивов [Электрон-

- ный ресурс] : тезисы для обсуждения на семинаре 6-8 апреля 2001 в институте высших гуманитарных исследований Российского государственного гуманитарного университета, 2001. – Режим доступа : <http://www.ruthenia.ru/folklore/semindex.htm>. 22. Никифоров А.И. Сказка и сказочник / А.И. Никифоров ; сост., вступ. ст. Е.А. Костюхина. – М. : ОГИ, 2008. – 376 с. 23. Олкер Х.Р. Волшебные сказки, трагедии и способы изложения мировой истории / Х.Р. Олкер ; пер. с англ. В.Л. Цымбурского // Язык и моделирование социального взаимодействия ; сост.: В.М. Сергеев, П.Б. Паршин; общ. ред. В.В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 408-438. 24. Пименова М.В. Языковая картина мира / М.В. Пименова. – Серия “Славянский мир”. – Вып. 7, изд. 3-е доп. – СПб. : СПбГУ, 2011. – 106 с. 25. Плахова О.А. Английские сказки в этнолингвистическом аспекте: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : 10.02.04 / Плахова Ольга Александровна. – Нижний Новгород, 2007. – 24 с. 26. Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки / В.Я. Пропп ; науч. ред. И.В. Пешкова. – М. : Лабиринт, 2001. – 192 с. 27. Рафаева А.В. Ещё раз о структурно-семиотическом изучении сказки [Электронный ресурс] / А.В. Рафаева, Э. Рахимова, А.С. Архипова – Режим доступа : <http://www.ruthenia.ru/folklore/arhipovarafaeva.htm>. 28. Рафаева А.В. Мотив параллелизма персонажей и его место в сюжете волшебной сказки / А.В. Рафаева // Мировое древо. Международный журнал по теории и истории мировой культуры. – 1998. – № 6. – С. 19-29. 29. Смирнов А.В. Языковая картина мира английской народной сказки : [монография] / А.В. Смирнов. – СПб. : ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2007. – 100 с. 30. Соборная И.С. Этнокультурные особенности сказочного дискурса: лингвориторический аспект (на материале русских, польских и немецких сказок) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Соборная Ирина Степановна. – Сочи, 2004. – 19 с. 31. Советский энциклопедический словарь / [гл. ред. А.М. Прохоров]. – 4-е изд. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – 1599 с. 32. Сотникова С.И. Мовні засоби комічного в німецьких народних казках : автореф. дис. уа здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Сотникова Світлана Іванівна. – Харків, 1996. – 17 с. 33. Структура волшебной сказки / Е.М. Мелетинский, С.Ю. Неклюдов, Е.С. Новик, Д.М. Сегал; отв. ред. С.Ю. Неклюдов. – М. : Российский государственный гуманитарный университет, 2001. – 234 с. 34. Тараненко Л.І. Структурні особливості та ознаки фольклорних текстів малої форми / Л.І. Тараненко // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство) : У 5 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – Вип. 75 (3). – 2008. – С. 137-143. 35. Тараненко Л.І. Просодична зв'язність англійської прозової баки: [монографія] / Л.І. Тараненко. – К. : ТОВ “Агентство “Україна”, 2008. – 204 с. 36. Тараненко Л.І. Алгоритмічно-фабульний аналіз структури англійських прислів'їв / Л.І. Тараненко // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – № 1003. Серія “Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”. – Вип. 70. – Харків, 2012. – С. 113-120. 37. Тройская О.Н. Языковая картина мира немецкой народной сказки : автореф. дис. на соискание учен. степени докт. филол. наук : 10.02.04 / О.Н. Тройская. – СПб., 1998. – 34 с. 38. Тудоровская Е.А. О классификации волшебных сказок / Е.А. Тудоровская // Советская этнография. – 1965. – № 2. – С. 57-66. 39. Тудоровская Е.А. О структуре волшебной сказки / Е.А. Тудоровская // Русская народная проза. Русский фольклор. – Л. : Наука. – Т. 13. – 1972. – С. 148-159. 40. Философский энциклопедический словарь [гл. редакция: Л.Ф. Ильичев, П.Н. Федосеева, С.М. Ковалев, В.Г. Панов]. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 840 с. 41. Франц М.-Л. фон. Психология сказки. Толкование волшебных сказок. Психологический смысл мотива искупления в волшебной сказке ; пер. с англ. / М.-Л. фон Франц. – СПб. : Б.С.К., 1998. – 360 с. 42. Щурик Н.В. Опыт лингвосемиотического анализа народной волшебной сказки: на материале британских и русских народных волшебных сказок : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : 10.02.19 / Щурик Наталья Викторовна. – Иркутск, 2007. – 26 с. 43. Aarne A. The Types of the Folktale: a Classification and Bibliography / A. Aarne / Translated and enlarged by S. Thompson, 2nd revision. – Helsinki : Academia Scientiarum Fennica, 1961. – 508 p. 44. Bremon C. The morphology of the French Fairy Tale : Ethical model Text / C. Bremon // Patterns in oral literature / Eds. H. Jason, D. Segal. The Hague, Paris : Mouton, 1977. – P. 49-76. 45. English Fairy Tales / Collected by Joseph Jacobs. – L. : David Nutt, 1890. – 158 p. 46. Hasan M. El-Shamy. Psychologically-Based Criteria for Classification by Motif and Tale Type // Journal of Folklore Research. – 1997. – Vol. 34, No. 3. – P. 233-243. 47. Uther H.-J. The Types of International Folktales. A Classification and Bibliography / Hans-Jürg Uther. Parts I-III. – Helsinki : Suomalainen Tiedeakatemia (Academia Scientiarum Fennica), 2004. – Part I. 619 p.; Part II. 536 p.; Part III. 285 p.

УДК 811.111 (73) '27'06

СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ АМЕРИКАНСЬКОГО ДИСКУРСУ КОМІЧНОГО, ЩО ПОВ'ЯЗАНІ З КОНЦЕПТОМ "FOOD"

О.В. Харченко, канд. філол. наук (Київ)

Стаття фокусує свою увагу на лінгвостилістичних особливостях американського дискурсу комічного. Проведене дослідження виявляє ряд клішованих американських лінгвостилістичних засобів комічного, що пов'язані з концептом 'FOOD' і використовуються, в першу чергу, в американських кінокомедіях, зустрічаються також і в літературних та публіцистичних творах. Назви виявлених лінгвостилістичних засобів переважно мають знижений та експресивний характер. Кодифікація назв американських різновидів класичних стилістичних фігур дискурсу комічного є важливим та цікавим лінгвостилістичним явищем американського комунікативного простору.

Ключові слова: американський дискурс комічного, каламбур, іронія, еналаж, анантаподатон, асоціативний механізм, оксюморон тощо.

Харченко О.В. Стилистические средства американского дискурса комического, связанные с концептом "FOOD". Стаття фокусує своє внимание на лінгвостилістичних особливостях американського дискурсу комічного. Проведене дослідження виявляє ряд клішованих американських лінгвостилістичних засобів комічного, які пов'язані з концептом 'FOOD' і, в першу чергу, використовуються в американських кінокомедіях, зустрічаються також і в літературних та публіцистичних творах. Назви виявлених лінгвостилістичних засобів переважно мають знижений та експресивний характер. Кодифікація назв американських різновидів класичних стилістичних фігур дискурсу комічного є важливим та цікавим лінгвостилістичним явищем американського комунікативного простору.

Ключевые слова: американский дискурс комического, каламбур, ирония, эналаж, анантаподатон, ассоциативный механизм, оксюморон и т.д.

Kharchenko O.V. Stylistic devices of the American comic discourse, connected with the concept "FOOD". The article focuses its attention on the research of lingo stylistic peculiarities of American comic discourse. The conducted research reveals a number of clichéd American comic lingo stylistic means connected with such concept as 'FOOD', which are used, first of all, in American comedy films, and could be found out in American fiction and opinion articles. Preferably, the names of such lingo stylistic means have a pejorative and expressive character. The codification of the names of the variants of the classic stylistic figures, utilized in the comic discourse, is an important and interesting phenomenon of the American communicative space.

Key words: American comic discourse, pun, irony, enalage, anantapodaton, associative mechanism, oxymoron etc.

Актуальністю статті постає необхідність ідентифікації механізмів комічного сучасного американського гумору. Об'єктом дослідження виступає сучасний американський дискурс комічного. Матеріалом для аналізу слугували фрагменти дискурсу комічного з декількох художніх творів та кінокомедій США. Предметом дослідження є клішовані стилістичні засоби, що пов'язані з концептом 'їжа'. Мета статті – виявлення та загаль-

на характеристика ряду стилістичних засобів, що призводять до комічного ефекту, і що відображають комічні ситуації, які пов'язані з культурою споживання продуктів харчування. Постановка загальної проблеми та її зв'язок з науковими завданнями. Аналіз сучасного американського дискурсу комічного та комплексу проблем пов'язаних з ним. Постановка завдання. Ідентифікація та аналіз клішованих стилістичних засобів,

© Харченко О.В., 2013

які залучаються у комплексних трансформаціях переключення серйозної тональності на комічну, при актуалізації концепту “їжа”. Аналіз останніх досліджень і публікацій базується на роботах В.И. Карасика [2, с. 10–120], В.О. Самохіної [4, с. 7–220], В.Я. Проппа [5, с. 15–155], М.Л. Макарова [3, с. 15–155], М.М. Бахтіна [1, с. 20–125], які найбільш адекватно та глибоко дослідили проблеми дискурсу аналізу в цілому, та гумористичного дискурсу зокрема. Наукові результати. У статті дається визначення та аналіз ряду стилістичних засобів американського гумору, проведено уточнення понять теоретичного аналізу дискурсу комічного.

Спираючись на роботи В.И. Карасика та В.О. Самохіної, що ґрунтовно висвітлили таке лінгвістичне явище як гумористичний дискурс, ми визначаємо дискурс комічного як комунікативне послання, яке динамічно розгортається в ситуації сміхової та ігрової комунікації, визначається стратегією розваги і висміювання (інколи маніпулювання й ідентифікації), яке відбувається в певних когнітивних рамках, що характеризуються несподіваною зміною когнітивних патернів, залученням асоціативних механізмів; має певний лінгвальний та екстралінгвальний інвентар реалізації механізмів рефреймінгу змісту та реалізації глибинних інтенцій сміху, зниження, профанації, гри, можливої агресії чи лібідю. Дискурс комічного включає динамічний процес як когнітивного так і комунікативного плану, ситуацію, психологічний та екстралінгвальний контекст, пресупозицію комунікантів, а також результат мовленнєвої діяльності – сміх чи гедонічний ефект. За характером комунікації дискурс комічного включає три головні різновиди: гумористичний дискурс, сатиричний дискурс, іронічний дискурс [6, с. 199–200].

Уточнюючи поняття “концепт” ми приєднуємося до таких лінгвістів, як В.В. Красних [7, с. 45–50], О.С. Кубрякова [8, с. 5–10] та інших, які не вважають, що “концепт” (як оперативна змістова одиниця пам’яті), як і “концептуальна сфера” (система концептів), мають візуальний рівень сприйняття. Інформація логіко-аналітичного, вербального

та асоціативного плану зберігається, очевидно, у вигляді концептів та пропозицій (терміни когнітивної лінгвістики) в зонах пам’яті лівої півкулі, а щодо образно-візуальної інформації, то вона зберігається у вигляді фрейм-структур (термін когнітивної лінгвістики), гештальтів та візуально-просторових матриць (термін психолога А. Baddeley) у зонах пам’яті правої півкулі. Таким чином, ми визначаємо термін “концепт” як поліструктурну змістову одиницю пам’яті, когнітивну одиницю ментального лексикону з усією сукупністю валентних зв’язків на понятійному, вербальному, асоціативному та факультативному ціннісно-оцінному рівнях, яка співвіднесена з певними денотатами, декларативними та емпіричними знаннями.

Визначаючи концепт “*FOOD*”, ми приєднуємося до думки О.Г. Савельєвої, яка зазначає, що “соціокультурний концепт ‘ЇЖА’ має мовне вираження і включає у себе, окрім предметної співвіднесеності, усю комунікативно значиму інформацію (парадигматичні, синтагматичні та дериваційні зв’язки), формуючись на основі мовного значення ключових знаків лексем ‘їсти’ та ‘пити’” [9, с. 5].

У цій статті ми зробимо спробу зосередити свою увагу на виявленні та аналізі деяких стилістичних засобів комічного (звісно їх кількість значно більша), притаманних американському дискурсу комічного, які частотні використовуються для створення комічного ефекту і пов’язані з американською культурою харчування та концептом “*FOOD*”.

Bacon addiction (‘*Пристрасть до бекону*’) – стилістичний засіб американського дискурсу комічного, який проявляється у тому, що адресант несподівано визнає, що у нього згубна пристрасть... до бекону. На лексико-семантичному рівні, у назві цього засобу, ми маємо протиставлення значень двох контрастних лексичних одиниць, що співвідносяться з певною ситуацією. Але на стилістичному рівні, при розгляді ілюстративних прикладів, ми помічаємо, що занадто велика пристрасть до бекону, може висміюватись через гіперболізацію цієї любові, або ж через несподіване згадування цієї пристрасті наприкінці жарту або фрагменту дискурсу

комічного. Адресант очікує почути про адикцію до алкоголю, до наркотиків, до якоїсь іншої хімічної речовини, і несподівано він чує про адикцію до ... бекону. У цьому випадку, на нашу думку, *Bacon addiction* стає різновидом стилістичної фігури парাপросдокіан, що полягає у несподіваній кінцівці монологу, яка не корелює з усім монологом, і час-то призводить до комічного ефекту.

Коли мова йде про згубну пристрасть чи звичку (*addiction*), на рівні когнітивного передбачення (*priming mechanism*), в першу чергу, спадають на думку такі лексеми або словосполучення – цілі (*targets*) як *drug addictions* та *alcohol addiction*. Та коли адресант несподівано чує про *bacon addiction*, зазвичай, він щонайменше посміхається, оскільки *bacon* не корелює з *drugs* та *alcohol* (а це є проявом стилістичної фігури парাপросдокіан).

В українському комунікативному просторі можна знайти аналогічні жарти. Наведемо приклад діалогу між українським митником та українським туристом: “Зброя є? Нема. Наркотики є? Є. Де? У пакунку. Так там же сало! Так я від нього балдею”. Замість очікуваного переліку наркотичних засобів комунікант отримує неочікувану лексему сало, що з одного боку не корелює з іншими різновидами наркотиків, а з іншого робить натяк (іннуендо) на те, що турист на митниці – справжній українець. Фактично, на стилістичному рівні спостерігається застосування фігури парাপросдокіан, з глибинною інтенцією зниження митника, та висміювання його не дуже високого IQ.

Одному з ведучих менеджерів компанії *Microsoft* Тоні Чору (*Tony Chor*) належить наступний гумористичний афоризм: “*I love bacon. I mean I really love it. Good American bacon – the crunchy kind, not that flabby stuff you get in other countries. At the risk of offending entire religions and regions, I think much of the unrest in the world is because too many people don’t know the joy of bacon. Almost no one who has tasted bacon would willingly blow themselves up or start shooting at someone else. Bacon is worth living for*” [14, с. 1]. Комічний ефект афоризму викликає гіперболізація любові Тоні

до бекону, що посилюється такими стилістичними засобами як діакоп (повтор лексем *love and I*), градацією (*I love bacon. I mean I really love it*), фальшивим силогізмом – ентимемою (*Almost no one who has tasted bacon would willingly blow themselves up or start shooting at someone else*), іронічним пафосом (*Bacon is worth living for*).

В одному із епізодів ситуативної комедії *Will and Grace* (1998–2006, режисера Девіда Кохана) один з головних персонажів адвокат Вілл, готуючи сніданок, намагається розбудити свою подругу Грейс, молоду бізнес леді, і коли йому це не вдається він каже “*I am making bacon!*”, молода жінка моментально прокидається, вигукує “*I want it crispy!*” та знову засипає [11, с. 5]. Комізм епізоду викликає іннуендо на те, що Грейс має саме *Bacon addiction*.

Fantastic Fruit Pie (‘*Фантастичний фруктовий пиріг*’) – комічна ситуація або стилістичний засіб американського дискурсу комічного, який полягає у тому, що злодій (перший комунікант) вривається у будинок, зриває вечірку, але несподівано його зупиняє головний герой (другий комунікант), пропонуючи злодію дуже смачний фруктовий пиріг, таким чином відволікаючи злодія чи навіть затримуючи його завдяки поліції. На лексико-семантичному рівні, у назві цього засобу, ми маємо протиставлення значень двох контрастних лексичних одиниць (*Fantastic* та *Fruit*), що співвідносяться з певною ситуацією. Але на стилістичному рівні, у певних комічних ситуаціях, несподіваний розвиток подій із залученням фруктового пирога (іннуендо робиться на те, що злодій – ласун і теж родом із дитинства) може бути різновидом гіперболізації чи стилістичної фігури парাপросдокіан. Наприклад любов одного із персонажів комедії до пирогів може бути занадто перебільшена (гіперболізація), а з іншого боку, коли злодій несподівано замість пограбування будинку, забуває про все і переходить до смачних пирогів, вихвалюючи їх смакові якості, це вже може бути різновидом такої стилістичної фігури як парাপросдокіан. Назва стилістичного засобу містить алітерацію.

У гумористично-сатиричному журналі *The Onion* зустрічаємо наступну статтю з псевдо новинами:

“NEW YORK—...According to reports, criminal overlord Dr. Octopus and two unidentified henchmen were in the process of burgling the fabulous Wentworth Jewels from the New York Museum when Spiderman happened upon the scene and distracted the would-be thieves with a shopping bag filled with an assortment of Hostess Fruit Pies, enabling the web-slinger to capture them. “How could I resist this flaky crust... this juicy filling?” said Octopus, happily munching a cherry pie as police hauled him away in a giant spiderweb [17, с. 1]. Комічний ефект статті побудований на такому стилістичному засобі як *Fantastic Fruit Pie* (різновид фігури парাপросдокіан), оскільки кримінальний авторитет Доктор Октопус (Восьминіг) був затриманий Спайдерменом та поліцією саме завдяки пирогам з вишні, що мають назву *Hostess Fruit Pies* (фруктові пироги господині). Посилюється комізм антономазією (злочинця зовуть Доктор Восьминіг, а головного героя Спайдерменом), гіперболізацією (злочинця називають *overlord* – сюзерен або керівник злочинних ватажків), перебільшеною пафосною любов’ю Октопуса до пирогів з вишні (“How could I resist this flaky crust... this juicy filling?”).

У комічному мультиплікаційному телесеріалі *Sponge Bob Square Pants* (1999–2011, режисера Стефана Хілленбурга) злобний персонаж Man Ray, куштуючи фруктовий пиріг New Krusty Kids Meal несподівано вигукує: “How ca I be evil with flavors this good?” [13]. Комізм викликає стилістичний засіб *Fantastic Fruit Pie*, що посилюється такою фігурою як еналаж (граматична помилка, що підкреслює нецтво злобного персонажу).

Foreign Quesine (*‘Іноземна кухня – не наша кухня’*) – комічна ситуація або стилістичний засіб американського дискурсу комічного, який полягає у тому, що один із комунікантів із задоволенням їсть якесь незвичне блюдо іноземної кухні, а у іншого комунікатна навіть вигляд цієї сумнівної їжі викликає відразу, цей контраст відображається на рівні дискурсу. При цьому комунікант, якому не до вподоби іноземна страва, щоб не дратувати ішого комуніканта, може при цьому також вихвалити не-

звичну страву. На нашу думку, цей стилістичний засіб, в залежності від ситуативного контексту, є різновидом антитези, або ж іронії (антифразис), що обертається на рівні змісту навколо концепту “FOOD”. Назва стилістичного засобу містить фонетичну деформацію (замість *cuisine* – *quesine*), що робить її експресивною. Назва цього стилістичного засобу, що належить до сучасних комедійних неологізмів, зустрічається на ряді американських веб сайтів [19, с. 1; 20, с. 1].

В австралійсько – американській пригодницькій кінокомедії *Crocodile Dundee 2* (1988, режисера Джона Корнела) зустрічаємо епізод, де англосак Волт з дещо прихованою відразою дивиться на аборигена, який їсть підсмаженого на вогні кажана і запитує “Walt: Are you really enjoying it? Diamond: Nah...needs garlic” [12]. Комізм епізоду викликає стилістичний засіб *Foreign Quesine*, що, враховуючи ситуативний контекст, є різновидом гіперболізованої іронії. На когнітивному рівні актуалізуються патерни чіткого контрасту й екстраординарності, тай механізм асоціативної провокації (вид смаженого кажана дійсно огидний).

В американському фільмі *Indiana Jones and the Temple of Doom* (1984, режисера Стівена Спілберга), американські археологи Інді та Віллі із здивуванням виявляють, що на вечерю їх індійські друзі пропонують живу змію, суп з очей якоїсь тварини, а на десерт ...оохоложені мізки мавпи “Eel Eater: Ah! Dessert! Chilled monkey brains!” [14]. Комічний ефект епізоду викликає стилістичний засіб *Foreign Quesine*. Враховуючи ситуативний контекст цей стилістичний засіб є різновидом гіперболізованої іронії. На когнітивному рівні актуалізуються патерни чіткого контрасту й екстраординарності, механізм асоціативної провокації.

Mystery Meat (*‘Загадкове м’ясо’*) – комічна ситуація або стилістичний засіб американського дискурсу комічного, коли один із комунікантів несподівано виявляє, або ж сильно підозрює, що у ресторані чи кафе йому принесли не свинину, яловичину чи курку, а ... м’ясо кішки, собаки чи взагалі казнащо. На лексико-семантичному рівні, у назві цього засобу, ми зустрічаємо протиставлення

значень двох контрастних лексичних одиниць, що співвідносяться з певною ситуацією. Але на стилістичному рівні, при розгляді ілюстративних прикладів, на нашу думку, у більшості випадків цей стилістичний засіб є різновидом стилістичної фігури анантаподатон (парапросдокіан), що обертається навколо концепту “FOOD”. Назва засобу містить алітерацію. Візьмемо наступну ситуацію: у якомусь іноземному ресторані адресати вихваляють незвичну страву з м’яса і несподівано виявляють, що загадкове м’ясо, це не яловичина, не баранина, не свинина, а ... м’ясо кішки.

В українському комунікативному просторі є жарти які застосовують цей стилістичний засіб, наведемо приклад: “Що буде, якщо шаурму обгорнути подорожником? Вона оживе, занявчить або загавкає та побіжить додому.”

Розглянемо фрагмент дискурсу комічного із сучасної пісні американського співака Альфреда Метью Янкович *Cat’s in the kettle*.

*“Did you ever think when you eat Chinese
It ain’t pork or chicken but a fat Siamese
Yet the food tastes great, so you don’t complain
But that’s not chicken in your Chicken Chow*

Mien

*Seems to me I ordered Sweet and Sour Pork
But Garfield’s on my fork.....
He’s purrin’ here on my fork....
They say that it’s beef or fish or pork
But it’s purrin’ there on my fork....
There’s a hairball on my fork.....”* [18, с. 1].

Комічний ефект викликає саме стилістичний засіб ‘загадкове м’ясо’, що в даному випадку є різновидом фігури парапросдокіан. М’ясо, що подають у китайському ресторані, виявляється не ‘свининою’, не ‘курчам’, а ‘жирним сіамським котом’ (несподіване переключення з логічної на неочікувано вірогідну інференцію, актуалізація когнітивного патерну екстраординарності й механізму асоціативної провокації). Посилюється комізм застосуванням антономазії, що проявляється через використання прецедентного ім’я Гарфільд (анімаційний кіт з популярної американської кінокомедії), комічним обманом у стилі чорного гумору (‘він

мурчить у мене на виделці’, ‘на виделці – кавалок кошачої шерсті), фігурою повтору- епіфорою (лексична одиниця *fork* застосовується наприкінці рядка декілька разів), римою (*Chinese – Siamese, fork – pork*) тощо.

Візьмемо ще один фрагмент гумористичного дискурсу із популярної американської і пісні *Dunderbeck’s Machine* яку виконують різні співаки (*Oscar Brand, Charley Noble, Dick Wisan etc*):

*“There was a man named Dunderbeck, invented
a machine*

*For grinding things to sausage meat and it was
run by steam.*

*Now kitchen cats & long-tailed rats will never
more be seen.*

*They’ll all be ground to sausage meat in
Dunderbeck’s machine...*

*One day a little boy walked into Dunderbecke’s
store.”*

A little piece of sausage meat was lying on the floor.

While the boy was waiting, he whistled up a tune.

*The sausage meat got up and barked and ran
around the room* [10, с. 1].

Комізм пісні також викликає стилістичний засіб ‘загадкове м’ясо’, що є різновидом фігури парапросдокіан. Після того як голландець Дундербек зробив машину, що виробляє сосиски, в окрузі зникли ... домашні коти й пацюки з довгими хвостами (іннуендо на те, що їх м’ясо пішло на сосиски), а коли маленький хлопець почав насвистувати мелодію, м’ясо сосиски несподівано ... піднялось, загавкало та побігло (переключення з логічної на фантастичну інференцію, застосування комічного обману, патерну екстраординарності й механізму асоціативної провокації). Інтенсифікаторами комічного є рима (*store – floor, steam – seen*), епіфора (лексична одиниця *machine* застосовується декілька разів наприкінці рядків). В цілому образ чесного голландського торговця сосисками Дундербек знижується (глибинна інтенція пейоризації) і висміюється його брехливість та жадібність.

У телесеріалі *Simpsons*, епізоді *I’m Spelling as Fast as I Can* (2003, режисера Кевіна Куррана) зустрічаємо наступний діалог:

“Krusty: “Try my new Krusty Rib-Wich...mmmm! I don't mind the taste!” Homer: “The pig?” Otto: “The cow?” Krusty: “You're way off! Think smaller ... think more legs...” [15, с. 1]. Персонаж Krusty пропонує сандвіч із незрозуміло якої тварини, звісно відвідувачі ресторану, очікуючи на сандвіч з яловичиною чи свининою, вочевидь, спантеличені, отримуючи відповідь, що тварина, з якої приготовано м'ясо, менше за розміром ніж свиня, але має більше ніг ... У цьому фрагменті дискурсу також використовується стилістичний засіб ‘загадкове м'ясо’, що у даному випадку є різновидом стилістичної фігури анантаподатон (неочікувана відповідь на запитання), що супроводжується переключенням логічної інференції на несподівану фантастичну. На когнітивному рівні застосовується патерн екстраординарності та механізм асоціативної провокації.

Висновки. З початку XXI століття розпочався процес номінації та кодифікації термінології американських клішованих стилістичних засобів, які частотно використовуються в американському дискурсі комічного. Більшість стилістичних засобів комічного, що пов'язані із концептом “FOOD”, і які нам вдалося виявити у процесі дослідження у комунікативному просторі США виявляють та висміюють такі емоції комунікантів як ‘жадібність’, ‘ненаситність’, ‘відраза’ і на стилістичному рівні є різновидами таких фігур як анантаподатон, парাপросдокіан, іронія, мають не класичні (латинські, грецькі або французькі), а експресивні публіцистично знижені назви, що застосовують алітерацію, переміщений іменниковий епітет, сленгову назву із фонетичною деформацією слова, та свідчать про тенденцію пейоризації термінології американської лінгвостилістики комічного. Кодифікація назв американських різновидів стилістичних фігур, що призводять до комічного ефекту, є важливим лінгвостилістичним явищем американського комунікативного простору. Перспективами аналізу є виявлення, інвентаризація та дослідження, суто американських лінгвостилістичних засобів створення комічного ефекту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М. : Мысль, 1979. – 280 с.
2. Карасик В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 389 с.
3. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК Гнозис, 2003. – 280 с.
4. Самохина В.А. Современная англоязычная шутка : монография / В.А. Самохина. – Харьков : Харьков. нац. ун-т имени В.Н. Каразина, 2008. – 355 с.
5. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне) / В.Я. Пропп. – М. : Лабиринт, 1999. – 288 с.
6. Харченко О.В. Американський дискурс комічного (на матеріалі комедійних фільмів, художніх та публіцистичних творів XX й XXI сторіч) : монографія / О.В. Харченко. – Київ : Сталь, 2010. – 355 с.
7. Красных В.В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность / В.В. Красных. – Москва : Гнозис, 2003. – 375 с.
8. Кубрякова Е.С. Память и ее роль в исследовании речевой деятельности / Е.С. Кубрякова // Текст в коммуникации. – М., 1991. – С. 4–21.
9. Савельева О.Г. Концепт ‘еда’ как фрагмент языковой картины мира: лексико-семантический и когнитивно-прагматический аспекты : На материале русского и английского языков : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук. спец. 10.02.19 “Теория языка” / Ольга Геннадиевна Савельева. – Краснодар, 2006 – 18 с.
10. Brand O. Dunderbeck's Machine. 2008 [Electronic resource]: song / O. Brand. – Режим доступу : <http://kristinhall.org/songbook/Silly/DunderbecksMachine.html> (12.11.2012) – Dunderbeck's Machine.
11. Chor T. The best way to cook bacon. 2006 [Electronic resource]: article / T. Chor. – Режим доступу : tonychor.com/archive/000443.html (10.11.2012)
12. Cornell J. Crocodile Dundee 2. 1988. [Electronic resource]: adventure and comedy film / J. Cornell -108Mn- Paramount Pictures. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=OBDAfLh4IIU&feature=related> (10.11.2012) – Crocodile Dundee 2
13. Hillenburg S. Sponge Bob Square Pants. 1999. [Electronic resource]: animated television series / S. Hillenburg. – Режим доступу : http://en.spongepedia.org/index.php?title=Episode_Transcript:_Mermaid_Man_vs._SpongeBob (10.11.2012)
14. Kohan D. Will and Grace 1998. [Electronic resource]: sitcom / D. Kohan. – Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Will_%26_Grace (10.11.2012) – Will and Grace
15. Kurran K. I'm Spelling as Fast as I Can The Simpsons

- 2003 [Electronic resource]: animated sitcom / К. Курран. – Режим доступу: <http://forums.winespectator.com/eve/forums/a/tpc/f/5086097161/m/931107043> (12.11.2012) – Wine Spectator 16. Spielberg S. Indiana Jones and the Temple of Doom. 1984. [Electronic resource]: adventure film / S. Spielberg - 118mn- Paramount pictures. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=HOwWfns4qqw> (11.11.2012) – Indiana Jones and the Temple of Doom Сохраненная копия 17. Tracy W. Spiderman distracts Dr. Octopus with delicious Hostess Fruit Pie. 08.05.1998 [Electronic resource]: article / W. Tracy. – Режим доступу : <http://www.theonion.com/articles/spiderman-distracts-dr-octopus-with-delicious-host,3828/?ref=auto> (10.11.2012) The Onion 18. Yankovich Al. Cat`s in the kettle. 2012. [Electronic resource]: song / Al. Yankovich. – Режим доступу : <http://mudcat.org/thread.cfm?threadid=87447> (12.11.2012) – Cat`s in the kettle 19. Lipscomb T.J Dragon Cave. 2013 [Electronic resource]: advertising article / Lipscomb T.J – Режим доступу : <http://dragcave.net/view/JPII> (4.04.2013)

ПЕРВЫЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ АНИМАЛИСТИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ

Е.В. Игина (Одесса)

В конце XIX ст. в Великобритании появляется первый анималистический нарратив *Black Beauty* – перепорученное повествование, в котором и фокализатор, и нарратор представлены рысаком Блэк Бьюти. С точки зрения лошади изложены не только события жизни собственно героя повествования, но и широкий социальный фон описываемых частных событий, и сугубо технические детали ухода за лошадьми, для чего автору понадобилось использовать все типы изложения, а также антропоморфизировать своего фокализатора / нарратора.

Ключевые слова: анималистический нарратив, антропоморфизация, Блэк Бьюти, нарратор, фокализатор.

Игина О.В. Перший англomовний анімалістичний нарратив. Наприкінці XIX ст. у Великій Британії з'являється перший анімалістичний нарратив – передоручена оповідь, у якій як фокалізатора, так і нарратора було представлено однією фігурою, а саме конем на ім'я Блек Б'юті. З його точки зору викладено не тільки перипетії його власної долі, а й представлено широкий соціальний фон подій, а також суто технічні подробиці догляду за кіньми, для чого авторці знадобилось використати всі типи викладу, а також антропоморфізувати свого фокалізатора / нарратора.

Ключові слова: анімалістичний нарратив, антропоморфізація, Блек Бюті, наратор, фокалізатор.

Igina E.V. The first animalistic narrative in English. At the end of the XIX-th c., in Great Britain, there appears the first animalistic narrative “Black Beauty” – entrusted narration in which both focalizer and narrator were united in the person of horse. His life story involves a varied social background, on the one hand, and minute technical details of horse-breeding and stable-life, on the other, which demands usage of all types of discourse, along with the anthropomorphisation of the focalizer / narrator.

Key words: animalistic narrative, anthropomorphisation, Black Beauty, focalizer, narrator.

Напомним, что повествование в прозаическом художественном тексте может вести автор – в этом случае оно обозначается как аукториальное, непосредственно исходящее от всезнающего и всевидящего автора (*omniscient and omnipotent narrator* – [9, с. 62]) – и, по поручению автора, (отсюда – перепорученное повествование) – участник и/или наблюдатель событий, составляющих сюжет. Объектом настоящего исследования является последнее.

Термин нарратив (*narrative*) и составляющие его словообразовательного гнезда (нарратор, *narrator* – тот, кто рассказывает, фр. / англ. *narratee* – тот, кому рассказывают, а также *narrated, narration, narrativity*) вошли в активный филологический обиход в 1960-х – 1980-х годах,

с именами разработчиков нарративных теорий Жерома Жене [8] и Франка Штанцеля [10]. Однако еще в античные времена большое внимание уделялось как собственно событию, так и его повествователю, а также отдаленности одного от другого во времени и пространстве. Причастность рассказчика к происходящему, по мнению Платона, лежала в основе разграничения прозы и драмы. Действительно, в первой из них происходил рассказ (нарратив, повествование) не-участника событий, который не мог быть столь же достоверен и эмоционален как показ, когда персонажи драмы, изображали это же событие “здесь и сейчас”. “Рассказ” по-гречески *diegesis*, изображение – *mimesis*; соответственно, прозаическое искусство было отнесено к диегетическим, драматичес-

кое – к миметическим [4], что на какое-то время стало и обозначением статичности одного, и динамичности другого.

Однако с развитием литературных запросов, направлений и жанров появились прозаические произведения, в которых собственно автор, по разным причинам, не желал представлять описываемые им события от собственного имени. Фиктивные повествователи в разные эпохи развития мировой литературы, испытали и пики литературной востребованности, и полное забвение. На этом неровном пути появлялись новые техники перепоручения повествования, новые способы представления разных точек зрения в одном произведении.

С середины XIX века начали развиваться повествования с неординарным (наивным, неопытным) рассказчиком (нарратором). Появились “детские” нарративы, т.е. рассказы детей о своей судьбе, как правило, насыщенной драматическими событиями и находящие особенно сочувственный отклик у читателей. Возраст нарраторов при этом все уменьшался. Если точка зрения Оливера Твиста, маленького Домби, Давида Копперфильда формирует картину возможного мира героев, которым 8–12 лет, то герою-нарратору нашумевшей книги Эммы Донохью *Room* (2008) всего 5 лет. Изложение того, что он наблюдает, отражает наивность и ограниченность его восприятия и, соответственно, неадекватность формируемых им причинно-следственных связей происходящих событий, а также их оценок.

Однако, наивность картины мира, воспроизводимой ребенком, показалась авторам недостаточно “очищенной” от цивилизационных влияний окружающих: все-таки дети растут бок-о-бок со взрослыми и автоматически / бессознательно воспринимают/копируют их взгляды, речь, поведение. Животные, даже живущие в семье в качестве любимой кошки или собаки, – другое дело, и авторы увлеклись нарративом, созданным с позиций животного. Данная статья в первые предлагает рассмотрение анималистического нарратива, что делает ее актуальной и своевременной. Ее целью является демонстрация и объяснение на-

чала указанного направления нарратива в английской прозе. Ее предметом, соответственно, – первое повествование подобного рода на английском языке, а именно – автобиография лошади, изданная в Лондоне в 1877 году, написанная Анной Сьюэлл (1820–1877) – *Anna Sewell, Black Beauty: His Companions and Grooms. Autobiography of a Horse*. Анна Сьюэлл, дочь неудачливого бизнесмена, позднее устроившегося на службу в банке, в детстве повредила ногу, что лишило ее свободного самостоятельного передвижения и в определенной степени способствовало ее нежной любви к лошади, которой она правила, отвозя отца на работу, мать – в магазин, всю семью – в гости. Прикованная к дому, не имея писательского опыта, она все же взялась за написание книги о лошади. Первая запись об этом намерении появилась у нее в дневнике в 1847 году [11]. До публикации оставалось 30 лет, и все это время А. Сьюэлл работала над повестью в 200 страниц.

Для того, чтобы лучше донести до читателя свои мысли о лошади, верно служащей хозяевам, автор решила изложить все свои наблюдения не опосредованно – авторской речью, но непосредственно – повествованием самой лошади. Поэтому в заголовке оригинального издания и отражен его жанр – автобиография. Автобиография – с греческого “собственное жизнеописание”. Произведение А. Сьюэлл – это действительно описание своей нелегкой судьбы лошадей, которая переходила из рук в руки, узнавая на собственной шкуре (в буквальном смысле), как ее судьба зависит от темперамента, характера и настроения хозяина.

Автор начинает свою повесть с идиллических обстоятельств, в которых родился будущий герой-нарратор: *The first place that I can well remember, was a large pleasant meadow with a pond of clear water in it* [12, с. 23]. Заботливая мама посвящает его в семейную генеалогию: *You have been well bred and well born; your father has a great name in these parts, and your grandfather had twice won the Cup at the Newmarket races; your grandmother had the sweetest temper of any horse I knew, and I think you have never seen me kick or bite* [12, с. 24].

Он наслаждается свободой вместе с другими подростками (*young colts*) почти четыре года, когда наступает время приучить его к сбруе (*to break him in*) и продать. К этому времени он сам себя достаточно высоко оценивает: *I was now beginning to grow handsome; my coat has grown fine and soft, and was glossy black. I had one white foot and a pretty white star on my forehead. People thought me very handsome* [12, с. 28].

В первом именовании, куда его продают, он получает свое имя: *he is really quite a beauty, and he has such a sweet, good-tempered face and such a fine intelligent eye – why don't we call him Black Beauty?, – said the Squire* [12, с. 37].

Для красавца-жеребца наступает взрослая жизнь. В определенной степени повесть можно было бы назвать “производственным” произведением, настолько подробно выписаны все составляющие упряжи, типы поводев, подковы, их виды и назначение. Самыми страшными для всех лошадей оказываются специальные удила с металлическим мундштуком – *the bearing rein*, которые постоянно держали их голову в напряженном, высоко вскинутым положении. Лошади не только неудобно, но и больно, поэтому выражения *tender mouth, good mouth, unspoilt mouth* при обсуждении тех, кому посчастливилось редко испытывать эту пытку, постоянно используются в диалогах самих лошадей и тех беседах их хозяев, при которых они присутствуют. Многие из владельцев лошадей понимают, что *bearing rein* – это дань моде и выступают против нее: *with bearing reins you fret and worry their temper and decrease their power; you will not let them throw their weight against their work, and so they have to do too much with their joints and muscles, and of course it wears them up faster. You may depend upon it: horses were intended to have their heads free, as men's are, and if we could act a little more according to common sense and a good deal less according to fashion, we should find many things work easier* [12, с. 60]. Данью моде являются и шоры (*blinkers*), которые предположительно должны уберечь лошадь от страха при появлении на ее пути незнакомого

объекта. *Blinkers are not necessary, especially at night. We horses can see much better in the dark, than men can, and blinkers are dangerous in the night* [12, с. 56]. Иными словами, шоры служат не для пользы или облегчения лошади, но для удовлетворения самолюбия ее владельца. Так из обсуждения технических деталей все диалоги перерастают в дидактические обобщения, адресованные обществу в целом.

Эта склонность к поучению, наставлению, христианской проповеди характерна для всего произведения. В этом смысле интересна “внутренняя” позиция лошадей. Между собой они обсуждают важность и необходимость полного подчинения хозяину: *My mother told me, the better I behaved, the better I should be treated, and it was wisest to do my best to please my master* [12, с. 32]. Они же, в беседах в конюшне, на стоянке кэбов-извозчиков, в ожидании хозяев под особняком, где дается прием, много времени посвящают обсуждению подневольного положения лошади, ее полной зависимости от настроения хозяина / кучера / конюха. Выясняется, что нрав лошади – это производное от обращения с ней – *good places make good horses* [12, с. 51]. С лошадьми нужно разговаривать, их нужно холить и беречь. Неслучайно основные эпитеты, характеризующие хороших хозяев – *gentle, kind, friendly*.

Лошадей нужно вовремя и правильно кормить. Уходу за ними – когда и как их мыть, чесать, менять подстилки, чем, в каких пропорциях и в какое время давать им воду и еду, посвящаются целые абзацы на протяжении всей книги. Блэк Бьюти рассказывает о собственном печальном опыте: как один неопытный малолетний помощник конюха дал ему выпить целое ведро холодной воды после возвращения из тяжелой поездки с хозяином, и жеребец заболел воспалением легких; как, уже у другого хозяина, конюх оказался вором. В тридцатой главе, которая и называется *Thief*, повествователь сообщает: *I heard the master give the order, so I knew there was plenty of good food and I thought I was well off* [12, с. 125–126]. Однако вскоре в яслях стали оставаться только отруби: овес,

бобы, кукурузу конюх воровал для свиней, которых откармливал дома, но лошади разговаривают только друг с другом: *I could not complain to my master<...> If I could have spoken I would have told him where his oats went to* [12, с. 126–127]. Еще один конюх никогда не менял солому в стойле, и бедный конь заболел экземой. Его ноги покрылись язвами, он спотыкался; увидевший его ветеринар пришел в ужас от состояния животного.

Во всех случаях зло было наказано: вора посадили в тюрьму, бездельника уволили, пьяница Ройбен Смит (из эпизода с упавшей подковой, глава 25) разбился насмерть. Зато благостный Джерри Баркер (гл. 26–45), извозчик (*a cabby*), который “живет по совести”, никогда не работает по воскресным дням, давая себе и семье возможность побыть вместе, а своим двум лошадям отдохнуть, никогда не берет наглых, пусть и денежных, клиентов, помогает бедным одиноким женщинам с детьми, сам не употребляет спиртного и учит других, как избавиться от порока, – этот Джерри вознаграждается сторицей. Хотя Черный Красавец, которого Джерри и его семья зовут Джеком, провел у извозчика всего два года, рассказ об этом времени занял 20 глав.

“Технические” детали об упряжи, подковывании, уходе, корме, безусловно не известные большинству читателей и представленные в книге чрезвычайно детальным образом, с точки зрения не внешней (зрителя, хозяина, конюха, кучера), но внутренней, с позиции животного, которого взнуздывают, подковывают, бьют хлыстом, вообще забывают о том, что лошадь – пусть и бессловесное, но живое существо, требующее к себе гуманного отношения – этот новый взгляд на давно существовавшие отношения человек/лошадь – привлек колоссальное внимание читателей. Заслуга автора велика и достойна всяческой похвалы.

Анна Сьюэлл – дитя и член определенного социума, а именно – Викторианской Англии, где все должно быть правильно, соответствовать требованиям Короны, Церкви, Общества, полной и беспрекословной субординации низших высшим – *you must always do your master's will, even though you may*

be very tired or hungry [12, с. 29]; “неправильных” (*it's the Devil sits in them* [12, с. 120] “правильным”. Отсюда – правильные/неправильные (вороватые, пьяные, грубые, ленивые) члены общества, отсюда же – хорошие / плохие хозяева и послушные / своенравные лошади. Автор нигде не отступает от традиций: современники Черного Красавца не раз проливали слезы над страданиями наших бедных бессловесных и верных помощников. Учитывая воспитание и жизнь Анны Сьюэлл, можно предположить, что целью ее книги и было намерение вызвать сочувствие к лошади. Этой цели она, безусловно, достигла. Действительно, “на высотах духоносных жизни сияет дар умиления, умиленных благодатных слез” [2, с. 192].

Однако, основные уроки технических премудростей обращения с лошадьми, важность гуманного к ним отношения составили первую часть книги. Двадцать глав с Джерри к этой интересной информации почти ничего не добавили, но они рассказали о другом.

Здесь предварительно следует остановиться на типе нарратива, используемом в *Black Beauty*. Повествование от 1-го лица было известно в Англии с XVII века и представлено, в основном, эпистолярными и/или любовными романами, которые получили невероятную популярность несколько позже, в эпоху Просвещения [1]. Ср.: “Маскарадная маска скрывает не только лицо, она скрывает личность” [6]. Фиктивный нарратор – это авторская маска. Надев на себя маску лошади, Сьюэлл, с одной стороны, получила возможность представить жизнь животного изнутри, “как она есть на самом деле”. С другой, она сузила свои писательские возможности представлением только тех эпизодов, в которых участвует Блэк Бьюти. Правда, подобное ограничение характерно для любого нарратива от 1-го лица: рассказчик может сообщить только то, что сам видел или в чем сам участвовал.

Для освещения эпизодов, недоступных самому нарратору, у автора есть две возможности: 1) ввести дополнительного (локального) нарратора, который добавляет недостающее звено повество-

вания, и 2) пересказать то, о чем в присутствии основного нарратора говорили третьи лица. А. Сьюэлл использует обе возможности: все лошади, с которыми Блэк Бьюти делит конюшни, рассказывают ему свои истории. Так, он узнает о физических муках, которые несет второй мундштук (*the bearing rein*) во рту лошади, от пожилой кобылы Джинджер, в стойло которой его поставил его новый конюх. Сначала она на него обижается: *So, it's you who have turned me out of my box. Is it not a very strange thing for a colt like you to come and turn a lady out of her own home?* [12, с. 34]. А потом рассказывает ему, что собой представляет этот злополучный мундштук, превративший ее в своенравную, огрызающуюся, брыкающуюся, озлобленную лошадь. Помимо Джинджер в нарратив титульного героя вводятся рассказы его других собратьев – пони Меррилегз, коня с гордым именем Сэр Оливер и др., каждый из которых представляет собой локальный нарратив, закрывающий лакуны в повествовании титульного нарратора.

Вторым способом – пересказом услышанного от других (в нашем случае – пересказом бесед, ведущихся самыми разными людьми в присутствии лошади) А. Сьюэлл пользуется настолько широко, что иногда возникает опасение – помнит ли она, что перед нами рассказ лошади, а не картина Англии второй половины XIX века, с ее социальными контрастами, политическими и религиозными дискуссиями, грохотом первого мегаполиса Европы – Лондона и идиллическими картинками пока еще благоуханной природы? Действительно, пересказывая беседы извозчиков, ожидающих клиентов, покупателей/продавцов на ярмарке, своих хозяев с членами их семей, знакомыми, посетителями, Черный Красавец вводит в повествование живо-трепещущие общественно-политические темы, причем, как правило, в ключе сочувствия к обиженной стороне. Это можно было бы назвать критикой существующего строя, если бы автор здесь же, на месте, не разрешал проблему, превращая ее в индивидуальный эпизод: выборы – фарс, но только на данной стоянке извозчиков, и пьяным агитаторам достается от благостного Джерри.

Пьянство – социальное зло, от которого больше всего страдает семья пьяницы, но и тут зло можно исправить трудолюбием и Верой. Женщина в рабочей семье сродни лошади. Но если у нее хороший муж (хозяин), она сможет просуществовать.

Проходят годы, стареет Блэк Бьюти, но правило “каждому – по его заслугам” действует неукоснительно, и бывший красавец, боявшийся кончить жизнь на живодерне, попадает к новым хозяевам – трем аристократическим сестрам, по рекомендации фермера с говорящей фамилией *Thoroughgood*, что в данном случае можно было бы перевести как “Лучше-не-бывает”. Действительно, это прекрасное имение и робкие хозяйки коляски, которую спокойно и аккуратно везет постаревший конь, в восторге от него. У него есть друг – внук фермера, который приходит к нему приласкать и поговорить с ним. Более того, конюх узнал его – они оба начинали свою трудовую карьеру в одном и том же месте, и Черный Красавец, который у каждого следующего хозяина назывался другим именем, а иногда и просто грубым *you, beast*, завершает круг жизни со своим первым именем, которое вспомнил его первый конюх, случайно оказавшийся в новой конюшне.

I have lived now in this happy place a whole year. My work is easy and pleasant. My troubles are over and I am at home [12, с. 200–201].

Язык повести грамматически идеально выверен, лексически общедоступен (за исключением специальной терминологии, связанной с объездкой лошадей и уходом за ними), несколько грешит повторами *tender, sweet, perfect, the very best*, квалифицирующими хороших хозяев, конюхов и лошадей. Можно предположить, что если бы повествование вела сама Анна Сьюэлл, она бы написала – и по содержанию, и по форме – такую же книгу. Нарратив от 1-го лица, от лица столь неординарного как лошадь, выступает здесь искусственным приемом, который в ряде случаев (например, герой точно знает свой возраст – 2 года, 4 года, 10 лет, 12 лет и т.д.; у него хорошая память – он помнит и людей, и лошадей, с которыми его сводила жизнь; он проникает в психологию и пробле-

мы окружающих; постоянно говорит о себе *I was thinking*; он знает свою генеалогию и т.п.) и воспринимается как таковой. Однако, при несомненных огрехах этого литературного дебюта, он достиг своей цели – показал ту сторону жизни Англии XIX века, которая при всей своей чопорности, горделивости и “особой любви к лошадям” [7, с. 8] оказалась неожиданной, новой, часто шокирующей, именно благодаря приему “рассказа изнутри”. Анна Сьюэлл хотела привлечь внимание читателя к судьбе их бессловесного помощника и спутника. Она пишет в дневнике: *a special aim of my book was to induce kindness, sympathy and understanding treatment of horses* [7, с. 95].

Однако этим автобиография лошади не ограничилась.

Первый анималистический нарратив установил и главную тенденцию множества последовавших за ним повествований птиц, рептилий, млекопитающих, даже таких неожиданных нарраторов как паук, муравей, пчела и личинка жука-древоточца: антропоморфизацию нарратора. “Антропоморфизм”, – по определению словаря С.И. Ожегова, – “это наделение животных человеческими чертами” [5, с. 32], чрезвычайно характерное для бытового описания поведения домашнего животного; в наше время прежде всего собаки, реже – кошки. Зародившаяся более столетия назад наука о психической деятельности животных – зоопсихология, а также выделившаяся из нее в самостоятельную дисциплину этология, изучающая генетически обусловленное поведение животных, отрицательно относятся к стремлению наделять последних человеческими качествами. В связи с этим, анималистический нарратив воспринимается ими более, чем критически. Особенно потому, что через повествование животного действительно “просвечивает” сам автор со своей точкой зрения.

Правда, А. Сьюэлл стремится оставаться в заданных рамках, для чего она показывает постепенное расширение картины мира своего героя. Это выражается в описательном представлении объекта, который Блэк Бьюти видит первый раз и

еще не знает его названия/обозначения. Например, он впервые становится свидетелем охоты и не понимает, что происходит. Он видит всадников и охотничьих собак, но не воспринимает ни их единства, ни их цели. Стоящая рядом с ним старая лошадь сказала *‘They have lost the scent. Perhaps the hare will get off’ – ‘What hare?’ I said. – ‘Oh, I don’t know what hare. Any hare they can find will do for the dogs’* [12, с. 26]. Потом происходит трагедия: в пылу преследования падает и ломает ногу лошадь, подмяная под себя всадника. *As for me I was so astonished that I did not at first see what was going on* [12, с. 27]. Его мать не только поясняет ему понятие “охота”, но и выступает с моральным осуждением этого вида спорта: *‘I never could make out why men are so fond of this sport. They often hurt themselves, spoil good horses, and tear up the fields; and all this for a hare, a fox, a stag, that they could get more easily some other way. But we are only horses, and don’t understand’ (ibid)*. Последней фразой автор вроде бы спасает эффект лошадиной беседы, но нравоучение, требующее большего опыта, чем тот, который имеет одна лошадь, к тому же живущая на коннозаводческой ферме, выдает личность автора. Продолжение трагической охоты – похороны погибшего юноши – тоже новый опыт для Красавца, не имеющий названия: *looking over the gate we saw a long, strange black coach covered with black cloth and drawn by black horses* [12, с. 28].

Первый поезд в его жизни показался ему чудовищем, хотя он уже знал от кучера его название: *the black frightful thing came puffing and grinding past ... this terrible creature never came into the field* [12, с. 31].

С другой стороны, услышав фразу хозяина *‘When he has been well broken in, he will do very well’* и проходя “курс обучения” ношения упряжи, Красавец доверительно сообщает читателю, что это значит: *Everyone may not know what breaking in is, so I will describe it. To break in a horse is to teach it to wear a saddle and bridle...* [12, с. 29] и далее, до конца третьей главы, с последующими развернутыми вкраплениями допол-

нительных технических деталей лошадиной экипировки, утепления, еды, чистки-мойки и т.д. Вся эта информация подается непосвященным в доступной, логически хорошо организованной форме, хоть и представлена лошадиными монологами. Иными словами, антропоморфизация нарратора имеет место на протяжении всего повествования.

Черный Красавец, лишенный возможности сказать что-нибудь человеку, прекрасно слышит, понимает и пересказывает (со своими собственными оценками) то, что говорит человек. Эмоции и размышления животного (паука? личинки? муравья?) очеловечиваются. Неслучайно в самых распространенных анималистических нарративах мира задействованы собаки: они живут у человека, рядом с человеком, с детства мы знаем, что собака – друг человека, они работают на ответственных участках при катастрофах, пожарах, в охранных и таможенных ведомствах. Это – высокоразвитые животные, которые, помимо инстинктов, обладают хорошей эмоциональной и сенсорной памятью.

Во времена А. Сьюэлл лошадь, по близости к человеку, стояла рядом с собакой. С тех пор прошло почти 250 лет, и лошадь давно перестала быть домашним животным большинства семей. Тем не менее, при всей своей дидактичности и сентиментальности, повесть о желаниях, страданиях, чувствах (*I was feeling...*) и мыслях (*I was thinking*) лошади остается бестселлером. Как и хотела Анна

Сьюэлл, история лошади учит доброте, сочувствию к обиженным и обделенным – чувствам, все менее востребованным в процветающих цивилизациях XXI века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аникст А. История английской литературы / А. Аникст. – М. : Учпедгиз, 1956. – 483 с.
2. Арсеньев Н.С. Преображение мира и жизни / Н.С. Арсеньев. – Н.У. : Mir, 1959. – 240 с.
3. Литературный энциклопедический словарь / Под ред. В.М. Кожевникова и П.А. Николаева. – М. : Больш. сов. энци., 1987. – 940 с.
4. Лосев А.Ф. История античной эстетики: Софисты, Сократ, Платон. – 1-е изд. / А.Ф. Лосев. – М. : Искусство, 1968. – 308 с.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов ; под общ. ред. проф. Л.И. Скворцова – 24 изд., испр. – М. : Оникс, 2010. – 1200 с.
6. Эко У. Открытое произведение. Форма и неопределенность в современной поэтике / У. Эко. – СПб. : Академпроект, 2004. – 384 с.
7. Dorrig G.M. Victorian Fiction and the Cult of the Horse / G.M. Dorre. – L. : Ashgate Publishing Ltd, 2006. – 282 p.
8. Genette G. Narrative Discourse / G.Genette; transl. from the French by B.Blackwell. – Oxf. : Oxf.UP, 1980. – 272 p.
9. Lodge D. Language of Fiction / D. Lodge. – L. : Routledge, 1966. – 302 p.
10. Stanzel F.K. A Theory of Narrative / F.K. Stanzel. – Cambr. : CambrUP, 1984. – 308 p.
11. Trayler E. Appreciation and Life of A.Sewell / E. Trayler // Black Beauty. – Wordsworth Classics, 1993. – P. 11–23.

ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ

12. Sewell A. Black Beauty/ Anna Sewell.– L.: Wordsworth Classics, 1993. – 201 p.

УДК 81'373.2:82-3

О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПАРОДИЙНЫХ ИМЁН В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

С.И. Слободяк (Измаил)

Статья посвящена рассмотрению функционирования пародийных имён в художественном тексте. Внимание автора сосредоточено на различных группах пародийных антропонимов в структуре англоязычного романа XX века. В основе исследования лежит классификация литературных антропонимов Л.М. Щетинина, акцентирующая внимание на стилистической роли онимов в художественном произведении.

Ключевые слова: пародийные имена, функционирование, художественный текст.

Слободяк С.І. Про функціонування пародійних імен у художньому тексті. Статтю присвячено розгляду функціонування пародійних імен у художньому тексті. Увагу автора привертають різноманітні групи пародійних антропонімів у структурі англійського роману XX століття. В основі дослідження лежить класифікація літературних антропонімів Л.М. Щетиніна, яка акцентує увагу на стилістичній ролі онімів у художньому творі.

Ключові слова: пародійні імена, функціонування, художній текст.

Slobodyak S.I. About the functioning of parody names in a literary text. The objective of this article is to consider the functioning of parody names in a literary text. Different groups of parody anthroponyms in the structure of Anglo-American novels of the XXth century are under the discussion. The investigation is based on L.M. Shchetinin's classification of literary anthroponyms, in which the attention is paid to the stylistic role of onyms in a literary work.

Key words: functioning, literary text, parody names.

Антропонимы в структуре художественного произведения играют особую роль. Являясь основным средством номинации персонажей, они органично вплетаются в повествование, выполняя "роль текстовой скрепы" [2, с. 158]. И чем глубже читатель погружается в антропонимический мир произведения, тем ощутимее для него становится стилистическая нагруженность антропонимов, которую они приобретают, находясь в тесной взаимосвязи со всеми элементами художественного текста.

Подразделяя имена литературных героев по их стилистической роли в произведении, Л. М. Щетинин [6, с. 126] выделяет следующие группы имён, по-разному участвующих в создании художественных образов: 1) нейтральные имена; 2) описательные имена; 3) пародийные имена; 4) ассоциативные имена. Внимание исследователей чаще всего привлекают описательные имена, основы которых

дают прямую или косвенную характеристику их носителям. Их функционирование в тексте связано с такой стилистической фигурой, как антономазия, рассмотрению которой посвящено немало работ [1; 3; 5]. Что же касается других, менее выигранных с точки зрения стилистики групп антропонимов из классификации Л.М. Щетинина, то они изучены недостаточно, чем обусловлена актуальность данной тематики. В частности, совершенно отсутствуют работы по пародийным именам, рассмотрение которых и является целью данной статьи. Это определяет выбор пародийных имён художественного текста в качестве объекта нашего исследования, а особенности их функционирования в англоязычном романе XX века – в качестве его предмета.

Пародийные имена близки к описательным, но функционируют несколько иначе. Если описательные имена "подобны маскам злодея или ге-

© Слободяк С.И., 2013

роя в средневековом театре, по которым зритель сразу знал, кто перед ним” [4, с. 413], то пародийные имена – это уже не маска, а только намёк, дающий читателю ключ к пониманию не столько самого персонажа и его роли в произведении, сколько отношения к нему других персонажей.

Пародийные имена разделяются Л.М. Щетинным на следующие подгруппы: 1) имена, созданные персонажами произведения в процессе речи; 2) имена-стереотипы; 3) имена-заместители.

Первая подгруппа пародийных имён оказалась наиболее представленной в исследуемых произведениях. По своему составу она не однородна. Прежде всего, это имена-прозвища, характеризующиеся единичным употреблением в речи персонажей, чаще всего при обращении персонажей друг к другу. Поскольку подобные прозвища привязаны к определённой ситуации и используются в тексте только раз или два, будем называть их “ситуативными” прозвищами.

Пример употребления “ситуативного” прозвища находим в романе А. Хейли “Колёса”. Вот как обращается автодиллер Смоуки Стивенсон к представителю автомобильной компании Адаму Трентону, пытающемуся закрыть его нечестный бизнес:

“First thing you gonna do is call the bank. Right?”

“Right.”

“Okay, Mr. Smart-ass-noble-high-’n-mighty, let me tell you what’ll happen. The bank’ll panic. Inspectors’ll be around this afternoon, tomorrow they get a court order, padlock this place, seize the stock” [11, p. 249].

Сочетание официально-делового оформления имени при помощи слова “Mr.” с разговорно-вульгарным компонентом “ass” подчёркивает пренебрежение нагловатого дельца Смоуки по отношению к Адаму Трентону, хотя социальное положение последнего значительно выше. Этой же цели подчиняется и использование в структуре антропонима слов с изначально положительной коннотацией (smart, noble, high, mighty), которые в контексте обретают ироническое звучание, выражая презри-

тельно-негативное отношение говорящего к собеседнику.

В следующем примере употребление “ситуативных” прозвищ привносит язвительную нотку во внешне вежливую беседу, отражая истинную суть взаимоотношений между детьми главного персонажа романа С. Льюиса “Бэббит”:

Verona whirled. “Ted! Will you kindly not interrupt us when we’re talking about serious matters!”

“Aw, punk,” said Ted judicially. “Ever since somebody slipped up and let you out of college, Ammonia, you been pulling these nut conversations about what-nots and so-on-and-so-forths. Are you going to – I want to use the car tonight.”

Verona protested, “Oh, you do, Mr. Smarty! I’m going to take it myself!” [13, p. 43].

Как показывают примеры, подобные имена выражают преимущественно негативное отношение адресанта речевого высказывания к адресату. Позитивная эмоционально-экспрессивная окраска “ситуативных” прозвищ встречается крайне редко, например:

Billie turned toward Parker. “I’m sorry about skipping today’s exciting episode in the life and times of a First Lady. Where did we leave our heroine? Tied to a railroad track?”

“No, Pearl White, not quite,” Parker said with a grin [16, p. 18].

К именам, созданным персонажами в процессе речи, относим также имена, искажённые в речи других персонажей. Искажение имени всегда приводит к изменению его формы, но происходит по разным причинам. Это может быть контаминированная или диалектная речь, например:

The door opened. “Monsieur Fowlair,” a voice commanded.

“I’m Fowler,” I said. [...]

He explained in almost unintelligible Vietnamese French that I was needed immediately – at once – rapidly – at the Suretū [10, p. 27].

В данном случае использование графона Fowlair вместо Fowler иллюстрирует контаминированную французскую речь вьетнамского полицейского.

Приведенный ниже эпизод иллюстрирует диалектную речь негра из Северной Каролины:

“Mahty cold out, dis evenin’, Mistah Cappahwood,” said Wash, to whom anything less than sixty degrees was very cold. His one regret was that Philadelphia was not located in North Carolina, from whence he came.

“Tis sharp, Wash,” replied Cowperwood, absent-mindedly [8, p. 423].

Использование пародийных имён для передачи контаминированной или диалектной речи делает повествование более правдоподобным, приближая его к реальной действительности с её национальным (контаминированная речь) и географическим (диалектная речь) колоритом.

Искажение имени в художественной действительности совершается чаще всего непреднамеренно. Например, главный персонаж С. Льюиса Бэббит искажает имя своей секретарши. Хотя искажение происходит случайно, оно свидетельствует о малозначительности этого имени, а значит и этого человека для Бэббита, который увлечён только собой и своим бизнесом:

He sighed; he read through his mail; he shouted “Msgoun”, which meant “Miss McGoun”; and began to dictate [13, p. 60].

Нередко искажённые имена выступают своеобразным фоновым элементом, позволяющим раскрыть подтекст ситуации, например:

I said that was a foul lie and [...] Fillipo Vincenza Bassi or Bassi Fillippo Vicenza had never touched a drop all evening and what was his name anyway? He said was my name Frederico Enrico or Enrico Federico? [12, p. 59].

Это описание ужина главного героя романа “Прощай, оружие!” Фредерика Генри и его друзей. Все уже в нетрезвом состоянии и антропонимический звуковой каламбур, созданный при помощи пародийных имён, усиливает комизм и в то же время трагизм ситуации. Ведь подобных сцен беспорядочного пьянства в военное время в романе немало. Их цель – подчеркнуть безысходность, пессимизм и отсутствие веры в справедливость I мировой войны у представителей так называемого “поте-

рянного поколения”, к которому принадлежал Фредерик Генри и сам Хемингуэй.

Если искажается имя всемирно-известной личности, то это свидетельствует о малограмотности говорящего, например, упаковщика книг Бикета в романе “Белая обезьяна”, который искажает имя великого художника Леонардо да Винчи:

That painter! What business had he to paint a woman so like Vic as that – a woman that didn’t mind lyin’ like that! They and their talk about cahryscuro and paganism, and a bloke called Leneardo! Blast their drawling and tricks! [9, p. 202].

Подобный пример можно найти и в романе “Смерть героя”. Единственная разница заключается в том, что говорящий – это не безграмотный выходец из народа, а невежественный и высокомерный представитель творческой интеллигенции, художник-супрематист Мистер Апджон, для которого Пикассо, очевидно, не является авторитетом:

You see, what you’ve got is complete originality and the Tradition. One doesn’t worry about the hacks, you see, but what I mean to say, one does mildly suppose Quijasso had a few gleams of intelligence, but what I mean is they won’t take anything new [7, p. 129].

Вторая подгруппа пародийных антропонимов представлена именами-стереотипами. Для имён этой подгруппы характерно нарочитое структурное и фонетическое однообразие. Их основная функция в тексте – выражение стереотипности обозначаемых лиц.

Так, типичных представителей журналистской элиты Лондона Р. Олдингтон нарекает следующим образом:

Of these three were three, whom for convenience sake I shall label Shobbe, Bobbe, and Tubbe [7, p. 125].

Имена “Shobbe, Bobbe, Tubbe” похожи точно так, как и основной жизненный принцип этих персонажей: преклонение перед могуществом денег и титулов. Типизация дополняется использованием глагола “to label” (относить к какой-либо категории, приклеивать ярлык), а также лексическим повто-

ром фразы “a very great man” при последующем описании каждого из трёх персонажей.

Имена-стереотипы могут использоваться и для других целей. Например, в романе “Вторая леди” фонетически-однотипные имена используются писателем для изображения такого мыслительного процесса, как припоминание:

Petrov had been following the American presidential election campaign, and the Democratic nominee, a Senator Andrew Bradford, had a glamorous youthful wife – Millie, Tillie, Billie, the exact name eluded him – who received much attention from the frivolous American press [16, p. 25].

Структурное однообразие имён наблюдается и в романе “Прощай, оружие!” при описании ужина Фредерика Генри и его друзей, что, как уже отмечалось выше, создаёт трагикомический эффект:

I thought he had a fine name and he came from Minnesota which made a lovely name: Ireland of Minnesota, Ireland of Wisconsin, Ireland of Michigan [12, p. 58].

Третью подгруппу пародийных имён составляют имена-заместители. Они представляют собой условные обозначения различных лиц, оформленные в виде антропонимов, например:

Brett appeared at the open atrium doorway. “Hi, Mr. Z.”

Matt Zaleski, who disliked being called Mr. Z., though several others at the plant addressed him that way, grunted what could have been a greeting [11, p. 138].

В данном случае шутливое обращение молодого человека к отцу его девушки как “Mr. Z.” не находит желаемого отклика у мистера Залески, а наоборот вызывает отрицательную реакцию последнего, который и без того считает друга своей дочери развязным и фамильярным типом.

Использование имён-заместителей может быть вызвано не только стремлением подшутить, как в приведенном выше примере, но и другими причинами. Среди них можно назвать следующие: 1) нежелание говорящего называть настоящие имена:

Sometimes I try to call up old girl friends on the telephone late at night, after my wife has gone to bed. “Operator, I wonder if you could give me the number of a Mrs. So-and-So. I think she lives at such-and-such” [15, p. 7];

2) незнание персонажем имени собеседника:

But, as Mr. What’s-’is-name there, said: The public ’as got to protect itself against sharpers, and again slackness [9, p. 246];

3) отсутствие необходимости называть незнакомые, а потому и малозначительные для говорящего имена:

He asked how So and So was, and So and So, he had made lifelong friends there, and it looked as though everyone he had met was good and kind and clever [14, p. 178].

Обобщая всё вышесказанное о пародийных именах, можно сказать, что их употребление в художественном тексте носит окказиональный характер и обусловлено необходимостью автора помочь читателю правильно оценить описываемую ситуацию и её участников.

Перспективу исследования видим в том, чтобы сравнить особенности структуры и функционирования пародийных имён в англоязычной прозе XX века с англоязычной прозой XIX века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Л.Н. Лингвистическая природа и стилистические функции “значащих” имён : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Л.Н. Андреева. – М., 1965. – 17 с.
2. Бакастова Т.В. Имя собственное в художественном тексте / Т.В. Бакастова // Русская ономастика : сб. науч. тр. ; отв. ред. Ю.А. Карпенко. – О. : ОГУ, 1984. – С.157-160.
3. Магазаник Э.Б. Ономапозтика или “говорящие имена” в литературе / Э.Б. Магазаник. – Ташкент, 1978. – 145 с.
4. Никонов В.А. Имена персонажей / В.А. Никонов // Поэтика и стилистика русской литературы ; отв. ред. М.П. Алексеев. – Л. : Наука, 1971. – С. 407-420.
5. Номинализация в современном английском языке / под общ. ред. Н.Н. Раевской. – К. : Виц. шк., 1982. – 175 с.
6. Щетинин Л.М. Слова, имена, вещи / Л.М. Щетинин. – Ростов на Дону, 1966. – 222 с.
7. Aldington R. Death of a Hero / R. Aldington. – М., 1958. – 443 p.
8. Dreiser Th. The Financier /

- Th. Dreiser. – М., 1964. – 522 p. 9. Galsworthy J. A Modern Comedy: The White Monkey / J. Galsworthy. – М., 1976. – 303 p. 10. Greene G. The Quiet American / G. Greene. – М., 1959. – 225 p. 11. Hailey A. Wheels / A. Hailey. – New York, 1971. – 374 p. 12. Hemingway E. A Farewell to Arms / E. Hemingway. – М., 1976. – 320 p. 13. Lewis S. Babbitt / S. Lewis. – М., 1962. – 454 p. 14. Maugham W.S. Cakes and Ale: or The Skeleton in the Cupboard / W.S. Maugham. – М., 1980. – 237 p. 15. Vonnegut K., Jr. Slaughterhouse – Five or The Children’s Crusade / K., Jr. Vonnegut. – New York, 1972. – 215 p. 16. Wallace I. The Second Lady / I. Wallace. – New York, 1981. – 341 p.

ЛІНГВОДИДАКТИКА

УДК 378.147.016:81'234

**ПОСИЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ
СТУДЕНТАМИ НЕФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ
ЗАСОБАМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

І.В. Форостюк, канд. пед. наук (Луганськ)

В умовах сучасного життя іноземна мова для будь-якого фахівця є як знаряддя праці, так і культурною складовою його особистості. Під час підготовки студентів, які б відповідали цим вимогам, виникає необхідність використання методів міжкультурної комунікації. В статті визначаються сучасні засоби міжкультурної комунікації та Інтернет ресурси, які можуть допомогти викладачу посилити мотивацію студентів різних спеціальностей вищих навчальних закладів до вивчення іноземної мови. Дане питання розглядається на прикладі різдвяних свят в англomовному та українomовному середовищі.

Ключові слова: іноземні мови, культура, міжкультурна комунікація, традиція.

Форостюк І.В. Усиление мотивации к изучению иностранных языков студентами нефилологических факультетов средствами межкультурной коммуникации. В условиях современности иностранный язык для любого специалиста является как орудием труда, так и культурной составляющей его личности. При подготовке студентов, которые бы соответствовали данным требованиям, возникает необходимость использования методов межкультурной коммуникации. В статье определяются современные способы межкультурной коммуникации и Интернет ресурсы, которые могут помочь преподавателю усилить мотивацию студентов разных специальностей высших учебных заведений к изучению иностранного языка. Данный вопрос рассматривается на примере рождественских праздников в англоязычной и украиноязычной среде.

Ключевые слова: иностранные языки, культура, межкультурная коммуникация, традиция.

Forostiuk I.V. Intensification of the motivation to foreign languages of non-philological students by means of cross-cultural communication. In modern life a foreign language is an instrument for work and the cultural component of any specialist's personality as well. Teaching students who could meet these requirements there is a need for using the methods of cross-cultural communication. The paper describes modern ways of cross-cultural communication and some Internet resources that can help the high school teacher to enhance motivation of students of different specialties for learning foreign languages. The point is considered with the help of Christmas holydays in English-language and Ukrainian- language environment.

Key words: cross-cultural communication, culture, foreign languages, resources, tradition.

Випускник вищого навчального закладу повинен мати фундаментальну підготовку, яка б стояла на одному рівні з вимогами сьогодення. В умовах сучасного життя іноземна мова для будь-якого фахівця є як знаряддя праці, так і культурною складовою його особистості. Викладачі іноземної мови знаходяться на стику академіч-

ного навчання та сучасного життя, і ця позиція може допомогти їм у процесі підвищення мотивації студентів до вивчення іноземних мов. Аналіз філологічної та методичної літератури свідчить про необхідність використання методів міжкультурної комунікації для досягнення цієї мети.

Поняття "міжкультурна комунікація" розгляда-

ють у своїх роботах С.Г. Тер-Мінасова та Ф.С. Бацевич. Питанням інтеграції компонентів культури у процесі навчання іноземної мови присвячені роботи Н.Ф. Бориско, І.А. Закір'янової, В.О. Калініна, Ю.І. Пассова, В.В. Сафонові, О.Б. Тарнопольського, Г.Д. Томахіна, Н.С. Щерби, М. Flower, G.H. Hughes, M. Meyer, L. Seracu, A.R. Wright та інших.

Для досягнення результатів процесу навчання міжкультурній комунікації, у студентів вищих навчальних закладів необхідно формувати певні компетенції для подальшої діяльності в обраній сфері і міжкультурна компетенція одна з найважливіших. Питання формування міжкультурної компетенції представлені в роботах А. Кнапп-Поттхоффа, З. Нікітенко, Н. Гальскової. Теорію ключових компетенцій та компетентнісну модель розглядають В. Болотов, І. Зимня, А. Хуторской.

Об'єктом дослідження в даній статті є засоби міжкультурної комунікації, які можливо використати під час викладання іноземних мов.

Предметом дослідження є засоби міжкультурної комунікації, що використовуються під час викладання іноземних мов студентам нефілологічних спеціальностей з опорою на концепт традиційні свята.

Метою даної статті є розкрити поняття “міжкультурна комунікація”, визначити сучасні засоби міжкультурної комунікації, які допоможуть посилити мотивацію до вивчення іноземної мови студентів нефілологічних факультетів вищих навчальних закладів, розглянути можливості їх використання у концепті традиційні свята на конкретному прикладі свята Різдва.

Актуальність дослідження обумовлена практичною необхідністю викладання іноземної мови у комунікативному руслі та у контексті міжкультурної комунікації на даному етапі розвитку суспільства. Сьогодні виникла потреба в таких фахівцях, які б могли виконувати роль посередника в мовній та міжкультурній комунікації.

Міжкультурна комунікація – це адекватне взаєморозуміння двох учасників комунікативного акту, які належать до різних національних культур

[1, с. 12]. С.Г. Тер-Мінасова бачить головною відповіддю на питання щодо рішення актуальної задачі навчання іноземним мовам як засобу комунікації між представниками різних народів те, що мови мають вивчатися в нерозривній єдності зі світом та культурою народів, які говорять цими мовами [1, с. 27]. Ф.С. Бацевіч зазначає, що дослідження міжкультурної комунікації не обмежується лише аналізом засобів мовного коду, а охоплює комплекс проблем, пов'язаних з етнічними, соціальними, культурними, психологічними чинниками, тобто виявом усіх аспектів фізичного і духовного життя етносу [2, с. 254]. Таким чином, людина та культура, з якою вона стикається під час вивчення іноземної мови, може стати головним чинником для формування та підтримки на необхідному рівні мотиваційної складової даного процесу.

До компонентів культури, що несуть національно-специфічне забарвлення, С.Г. Тер-Мінасова відносить як мінімум наступні: а) традиції, звичаї та обряди; б) побутову культуру, тісно пов'язану з традиціями, тому її називають традиційно-побутовою культурою; в) повсякденну поведінку, а також пов'язаний з нею мімічний та пантомімічний коди певної лінгвокультурної спільності; г) “національні картини світу”, що відображають специфіку сприйняття навколишнього світу, національні особливості мислення представників культури; д) художню культуру, що відображає культурні традиції етносів [1, с. 27-28]. Саме ці чинники грають важливу роль в підвищенні зацікавленості студентів до іноземних мов. Але сучасне життя розширює можливості міжкультурного спілкування молоді, а відповідно і можливості викладача. Ми маємо на увазі Інтернет-ресурси, якими користуються студенти. Багатьом під час спілкування на різноманітних тематичних форумах заважає мовний бар'єр, і для його подолання необхідно звертатися до іноземної мови (англійська сьогодні є однією з найпоширеніших мов спілкування в Інтернеті). Навколо обговорення різних тем формуються тематичні групи, які можна відстежувати для поповнення інформації в рамках різнома-

нітних концептів. Таким концептом, який може слугувати темою, що використовує методи міжкультурної комунікації і викличе зацікавленість студентів можуть стати традиційні свята. Розглянемо, наприклад, Різдвяні свята. Ця тема сьогодні не оминається жодним вищим навчальним закладом у своїй виховній діяльності, а для викладачів іноземних мов (особливо англійської) вона є однією з тих, що дає найбільший лінгвістичний та культурологічний матеріал.

В даному концепті вступним та основним для розуміння його суті в європейській та американській культурах можна розглядати американське прислів'я "Christmas comes but once a year" яке означає, що, оскільки Різдво приходить тільки один раз на рік, то люди мають відноситися до нього як до особливого періоду, бути добрим до інших, особливо до дітей [3, с. 100]. Українська фразеологія не дає зразків подібного змісту. Тема благодійності одна з провідних в англійській рідзвяній традиції. Вона відображається в багатьох поздоровленнях з Різдвом. Наприклад, Інтернет-ресурс Phrases, sayings, idioms and expressions at The Phrase Finder <http://www.phrases.org.uk/meanings/christmas-card-sayings-and-phrases.html> під час свят пропонує широкий ряд відомих висловлювань, які стали основою для написів на англійських рідзвяних листівках. Вони складають тематичний ряд, який відображає основну концепцію святкових поздоровлень, наприклад:

1. *Christmas is the season for kindling the fire of hospitality in the hall, the genial flame of charity in the heart. Washington Irving. (Різдво це час, щоби запалити вогонь гостинності в будинку, добре полум'я благодійності в серці).*
2. *Christmas is not a time nor a season, but a state of mind. To cherish peace and goodwill, to be plenteous in mercy, is to have the real spirit of Christmas. – Calvin Coolidge. (Різдво це не час і не пора року, але це – стан душі. Опікуватися миром і доброю волею, бути плідним в милосерді, це й означає мати Різдво в душі).*

3. *I love the Christmas-tide, and yet, I notice this, each year I live; I always like the gifts I get, but how I love the gifts I give! – Carolyn Wells. (Я люблю рідзвяний час, я помічаю це кожного року; я завжди люблю отримувати дарунки, але як я люблю їх дарувати!)* [4].

Ключова ідея таких привітань – благодійність, милосердя, бажання щось віддати іншим.

Дух Різдва, традиційно популярний в англійській культурі, також відображений в подібних висловах і, відповідно, вже від них знов з'являється у поздоровленнях:

If you don't have Christmas in your heart you won't find it under the tree. (Якщо Різдва немає в серці, то під ялинкою його не знайдеш).

For the spirit of Christmas fulfils the greatest hunger of mankind. Loring A. Schuler. (Дух Різдва виповнює найсильніші бажання людства).

I wish we could put up some of the Christmas spirit in jars and open a jar of it every month. – Harlan Miller. (Якби ж ми могли покласти дух Різдва в глечик і відкривати його кожного місяця) [4].

Ще однією особливо популярною є традиція в англійських країнах – збиратися разом всією родиною на Різдвяні свята:

At Christmas, all roads lead home. (На Різдво всі дороги ведуть додому).

Christmas ... is not an eternal event at all, but a piece of one's home that one carries in one's heart. Freya Stark. (Різдво це зовсім не безкінечна подія, а частинка дому, яку кожен носить в своєму серці) [4].

Сьогодні ідея "духу рідздва" активно входить і в наше життя із традиційними рідзвяними кінофільмами, в яких в основній сюжетній лінії відбувається очікування рідзвяного чуда завдяки милосердю людей або Санта Клауса, а також збереження цього чарівного духу. Благодійність, милосердя, родинність свята останніми роками відновилися в нашій культурі.

В той же час, якщо порівнювати англійські привітання із українськими сучасними рідзвяни-

ми привітаннями, то ми бачимо, що хоча останні також вміщують побажання щастя, радості, однак, одним з головних складових є побажання смачної куті та гучної коляди, і, звичайно ж, згадується маленький Ісус. В них більшою мірою відображаються українські традиції. Приклади взяті з Інтернет-ресурсу: Українські традиції <http://traditions.org.ua/kalendarni-sviata/pryvitannia-doviat/284-rizdviani-pryvitannia>, який пропонує цілу низку привітань. Ось дяки з них:

1. *Куті смачної, коляди гучної,
Щасливого Різдва і на весь Рік добра!*
2. *Хай Різдво з тим завітає,
Чого серце забажає.
Хай несе у кожну хату
Щастя, радості багато,
Хай смачна кутя Вам вдасться,
Хай в сім'ї панує щастя.
Щоб весела коляда
В хату радість принесла.
Христос рождається!*
3. *Ой ішла Колядка вулицями в місті,
У стічках сріблястих, в світлому намисті.
Іскорки Веселі на сніг розсипала,
„Божий син родився!” – усіх сповіщала.*
4. *Доброї долі, достатку доволі,
смачної куті та добра у житті.
Хай Бог з Вами буде завжди і усюди,
хай всім помагає – Христос ся рождає!!* [5].

Більш давні традиційні українські поздоровлення дотримувалися радше релігійної тематики, хоча коляда, звичайно, присутня і в них:

1. *Хай народжене дитячко в вертепі на сніні
Принесе мир і радість всій вашій родині.
А Матір Божя, Матір єдина,
Випросить ласки у свого Сина.
Хай Господь Вас охороняє! Христос ся рождає!*
2. *У Вифлеємі – в стайні на сніні –
Христос родився всім на спасіння!
Люди, радійте, Христа вітайте,
Божому сину славу віддайте!
Слава на небі Богу Святому,
На землі спокій роду людському!*

3. *Христос Ся Рождає!*

Від нас до Вас у коляду посилає.

Ангели злітають, Ісуса вітають,

І ми радуймо, Ісуса нестуймо,

Хвалу віддаймо, Колядників приймаймо!

Пляшку горілки на стіл покладіть,

А голубці і пампушки – то добрі закуски,

Прийміть, не гордіть.

Чого зичу Вам, панство,

Того Вам вінчую! Христос Ся Рождає!

*(записано від Бойкович Володимир
з м. Калуша, Прикарпаття)* [5].

Навіть у такому невеличкому огляді ми бачимо, що різдвяна тематика в англійських країнах дещо відрізняється від української. У нашій традиції різдвяні побажання групуються як навколо релігійної складової свята, так і народної, яка іде ще з дохристиянських часів. Англійські привітання безумовно відображаючи релігійну складову, на першій план виводять родинні цінності та стан душі.

Одним з ресурсів, яким користуються викладачі мови, є музика. Наприклад, ми використовували AccuRadio – <http://www accuradio.com/#!/holidays/> – багатоканальну Інтернет радіостанцію, яка була спеціально створена, щоб показати потенціал нового медіа ресурсу. В різдвяний період його слухачами стали 1000000 інтернет-користувачів. Різдвяна музика згрупована у сорок три тематичні підборки, які зацікавлять слухачів різного віку. Наприклад: Blue and White Christmas, Channel O ('O Holy Night,' 'O Come All Ye Faithful,' 'O Tannenbaum,' and so forth), Christmas Country, Christmas Party, Christmas Standards (lots of versions of only the best-known Christmas songs), Holiday Pop/Rock, Holiday on Broadway, Home for Christmas, The Jingle Channel (If it's a holiday classic with the word "Jingle" anywhere in the title (e.g., "Jingle Bell Rock"), you'll hear it here!), What Child? (Greensleeves) (Dozens of versions of the traditional "Greensleeves," also known as "What Child Is This?") та багато інших. На кожні свята радіо подає тематичну добірку пісень.

Зрозуміло, що сучасні програми, за якими проводиться викладання іноземних мов для студентів

немовних спеціальностей, не дають можливості приділяти багато уваги питанням міжкультурної комунікації та компетенції. Однак, на наш погляд, знайти вихід у подібній ситуації допоможе метод проектів, реалізація яких можлива під час поза-класної роботи.

Таким чином, ми можемо зазначити, що міжкультурна комунікація, як невід'ємна складова глобалізаційного процесу, має стати дієвим чинником для підвищення мотивації студентів при вивченні іноземної мови. Одним з важливих додаткових засобів стає Інтернет, якій може надати широкі можливості викладачам іноземної мови і значно підвищити рівень навчання спілкуванню між української молоддю та представниками різних національностей. Використання методів міжкультурної комунікації у процесі викладання іноземних мов студентам вищих навчальних закладів, а також сучасні засоби, що дозволяють втілювати їх у навчальних процес, потребують подальших досліджень.

Перспективи аналізу даної тематики ми бачимо у розгляді різних складових концепту традиційні свята як засіб міжкультурної комунікації з огляду на можливість їх використання у викладанні іноземної мови у вищих навчальних закладах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова – М. : Слово / Slovo, 2000. – 259 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич – Київ. : Видавничий центр “Академія”, 2004. – 346 с.
3. Richard A. Spears. McGraw-Hill's Dictionary of American Idioms and Phrasal Verbs / Richard A. Spears. – “McGraw-Hill”, 2005. – 1080 с.
4. Phrases, sayings, idioms and expressions at the phrase finder [Електронний ресурс] : Веб-портал : The meanings and origins of sayings and phrases. – Режим доступу : <http://www.phrases.org.uk/index.html>
5. Із покоління в покоління – українські традиції [Електронний ресурс] : Веб-портал : Українські традиції. – Режим доступу : <http://traditions.org.ua/>

УДК 811.111 : [81'42]

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

В.С. Билык (Харьков)

Статья посвящена выявлению характеристик англоязычного педагогического дискурса. Обобщены подходы к изучению педагогического дискурса гуманитарными дисциплинами. Представлены классификации жанров и модусов англоязычного педагогического дискурса. Базовая единица устного педагогического дискурса определена как трехшаговая последовательность “побуждение – оценка – информирование”.

Ключевые слова: англоязычный педагогический дискурс, жанр дискурса, модус дискурса, базовая единица устного педагогического дискурса.

Білик В.С. Англomовний педагогічний дискурс. Статтю присвячено виявленню характеристик англomовного педагогічного дискурсу. Узагальнено підходи до вивчення педагогічного дискурсу гуманітарними дисциплінами. Представлено класифікації жанрів та модусів англomовного педагогічного дискурсу. Базову одиницю усного педагогічного дискурсу визначено як трикрокову послідовність “спонукання – оцінка – інформування”.

Ключові слова: англomовний педагогічний дискурс, жанр дискурсу, модус дискурсу, базова одиниця усного педагогічного дискурсу.

Bilyk V.S. English Pedagogical Discourse. This article aims to elucidate the characteristic features of English pedagogical discourse. Approaches to the study of pedagogical discourse by the humanities are colligated. Genre and modus varieties of English pedagogical discourse are presented. The basic unit of spoken pedagogical discourse is defined as a three-move sequence “inducement – evaluation – informing”.

Key words: English pedagogical discourse, discourse genre, discourse mode, basic unit of spoken pedagogical discourse.

Понятие дискурса принадлежит к числу основополагающих в современных социальных науках, но, тем не менее, оно имеет множество научных интерпретаций. Междисциплинарная область анализа дискурса представляет широкий спектр подходов и направлений, многие из которых имеют собственное теоретическое лицо и уже утвердились в роли самостоятельных исследовательских практик, обладающих своей методологией. При рассмотрении с позиций разных подходов, соответственно, по-разному предстает содержание термина “дискурс”.

В современной лингвистической науке наиболее распространенной является трактовка дискурса с позиций функционального подхода. Формирование функционального подхода принято связывать

с деятельностью Пражского лингвистического кружка, но на рубеже тысячелетий данный подход обогатился новым опытом. основополагающие идеи В. Матезиуса, Р.О. Якобсона, Н.С. Трубецкого, С.О. Карцевского и др. получили свое продолжение в определении сущности дискурса как использования языка [10; 11]. При таком толковании дискурс предстает как родовое понятие по отношению к видовым понятиям речи, текста, диалога [5, с. 62].

В настоящем исследовании дискурс трактуется в максимально широком смысле, включающем разнообразные формы использования языка. Ему оптимальным образом соответствует определение дискурса, которое дает А.А. Кибрик, согласно которому дискурс представляет собой единство двух

© Билык В.С., 2013

разнородных сущностей – процесса языковой коммуникации и образующейся в ее результате объекта, т.е. текста [3, с. 3].

Объектом представленного в статье анализа является **англоязычный педагогический дискурс** (далее АПД), определяемый как единство осуществляемого посредством английского языка коммуникативного взаимодействия учителя / преподавателя с учеником(ами) / студентом(ами) и совокупности текстов, описывающих это взаимодействие или задействованных в нем. Предметом рассмотрения выступают жанры и модулы АПД и его единицы. Цель исследования состоит в систематизации жанров и модулов АПД и определении базовой единицы устного АПД.

Интерес к изучению педагогической коммуникации был всегда присущ гуманитарным наукам. Он особо усилился к концу XX в., когда данная предметная область обогатилась фундаментальными трудами Дж. Синклера и М. Култхарда [13], Б. Бернштейна [7; 8; 9], К. Мейтона [12], А.А. Леонова [4], В.И. Карасика [2] и др. Этот интерес был стимулирован общей антропологизацией гуманитарных наук в указанный период. Однако и сегодня, два десятилетия спустя, в отечественной лингвистике отсутствует всестороннее описание вербального взаимодействия учителя и ученика, в частности, недостаточно изучены жанры и модулы АПД и его единицы, что определяет актуальность исследования, результаты которого представлены в данной статье.

Материалом исследования послужили 290 фрагментов диалогического АПД, участниками которого являются англоязычные преподаватели и студенты. Источником материала являются открытые для виртуального сообщества курсы, читаемые в Йельском университете.

Одним из наиболее известных исследований, где анализ дискурса как метод был применен для изучения педагогического общения, является совместный труд Дж. Синклера и М. Култхарда [13]. Предмет исследования определен авторами как лингвистический аспект взаимодействия учи-

теля и ученика на уроке, а к числу основных проблем, попавших в фокус внимания, относятся следующие: изучение функций высказываний (“утверждение”, “вопрос”, “ответ”, “команда” и пр.) и способов их интерпретации; последовательность появления высказываний разных функциональных типов; способы, средства и порядок введения тем; закономерности развития тематической структуры дискурса на уроке; а также “право говорящих на речь”: кем и как оно определяется, как реализуется. Дж. Синклером и М. Култхардом АПД понимается в процессуальном аспекте – как коммуникативное взаимодействие учителя с учеником(ами).

В.И. Карасик [2] анализирует педагогический дискурс с точки зрения его цели, каковой является социализация нового члена общества (объяснение устройства мира, норм и правил поведения, организация деятельности нового члена общества в плане его приобщения к ценностям и видам поведения, ожидаемым от ученика, проверка понимания и усвоения информации, оценка результатов). Педагогический дискурс анализируется ученым и в аспекте ценностей и стратегий (объясняющей, оценивающей, контролирующей, содействующей и организующей), жанров и прецедентных текстов, к которым исследователь относит школьные учебники и хрестоматии, правила поведения учащихся, а также многие известные тексты детских книг, сюжеты популярных художественных и мультипликационных фильмов, тексты песен, пословицы, поговорки, известные афоризмы на тему учебы, знаний, отношений между учителем и учеником. Как можно видеть, В.И. Карасик трактует АПД как двуединство процесса и результата.

Анализируя социолингвистические подходы к изучению педагогического дискурса, британский ученый Б. Бернштейн [7] пришел к заключению, что их объединяет идея о необходимости рассмотрения педагогического дискурса в аспекте внешних по отношению к самому дискурсу социальных отношений власти, которые включают в себя класс, происхождение, гендер и т.д. При этом, подчеркивает исследователь, сам педагогический дискурс

остається вне фокуса внимания социологов. Б. Бернштейн оспаривает мнение о том, что именно социальные отношения власти определяют педагогический дискурс, в то время как его внутренние характеристики являются нерелевантными для понимания всей системы образования. Мы разделяем данную позицию и видим нашу задачу в выявлении присущих АПД характеристик и установлении их значимости для выявления “голоса” данного типа дискурса. Отметим, что Б. Бернштейн в своем анализе педагогического дискурса сосредоточивает свое внимание преимущественно на текстах – нормативных документах, рабочих программах, учебных материалах и т.п., т.е. дискурс понимается им как совокупность текстов.

В предлагаемой нами классификации видов АПД, принимая во внимание вышерассмотренные подходы к определению содержания термина “педагогический дискурс”, самое крупное разграничение проводим на основании противопоставления по **модусу**, или каналу передачи информации [3, с. 3]. Исходным, базовым модусом АПД является устный, основанный на звуковом взаимодействии между учителем / преподавателем и учеником / студентом. При этом считаем необходимым принимать во внимание и невербальные характеристики, сопровождающие устную речь субъектов АПД, которые основаны на их визуальном взаимодействии. Они настолько тесно интегрированы с устной речью, что их отделение в особый модус считаем, вслед за А.А. Кибриком [там же], нецелесообразным.

В АПД представлен и письменный модус (нормативные документы, программы, учебники, материалы для контроля знаний, работы учащихся и т.п.).

Помимо этого, в современном АПД широко представлен и электронно опосредованный модус дискурса, занимающий промежуточное положение между устным и письменным модусами. Электронно опосредованный модус АПД характеризуется визуально-графическим каналом передачи информации, виртуальным контактом между уча-

стниками дискурса. По своей структуре электронно опосредованный АПД гораздо ближе к устному дискурсу, чем письменному. Электронно опосредованный АПД представлен преимущественно в дистанционном образовании, но может иметь место и в интернет-конференциях, дискуссиях и пр.

Ортогональным по отношению к модусу является различие по **жанру**. Поскольку проблематика жанров – самый неизученный вопрос в дискурсивном анализе [там же], на данном этапе выделяем следующие жанры устного модуса АПД (на основе списка жанров устной речи, выделенных в работе Е.А. Земской с соавторами [1]): 1) опрос; 2) объяснение нового материала; 3) дискуссия, тематический разговор; 4) доклад; 5) рассказ / пересказ.

Вопрос о единицах анализа устного АПД не нашел однозначного решения в современной лингвистике. Сложность его решения обусловлена рядом обстоятельств. Во-первых, единицы анализа речевой коммуникации существенно отличаются от единиц изучения грамматической системы языка: ими описываются явления, происходящие в живом общении, поэтому они должны быть способны отражать не только взаимные отношения между единицами внутри замкнутой языковой системы, а отношение языка к реальной жизни [5, с. 179–181]. Во-вторых, различаются между собой и единицы устного модуса дискурса (речевой акт, высказывание, реплика, ход, коммуникативный эпизод, коммуникативное событие) и письменного модуса дискурса (клауза, предложение, сверхфразовое единство, диалог, текст). Наконец, вышеприведенные жанры устного АПД характеризуются степенью структурированности; соответственно, логично было бы предположить, что свойственные тому или иному жанру устного АПД единицы могут различаться. Так, например, доклад является более структурированным жанром устного АПД, нежели дискуссия, поскольку в докладе больше речевых ограничений, фиксированы коммуникативные роли (докладчик – аудитория), меньшая обусловленность непосредственным контекстом.

При решении вопроса о базовой единице устного АПД обратимся к тому жанру, который наиболее широко представлен в открытых интернет-курсах Йельского университета, а именно, к **объяснению материала**. Считаем, что в данном случае имеет место устный дискурс, т.к. взаимодействие учителя и ученика не опосредовано электронными средствами; компьютерно опосредованным здесь является лишь участие наблюдателя, каковым является слушатель курсов, дистанционно наблюдающий урок с участием преподавателя и студентов.

В этом жанре устного АПД, опираясь на данные исследования М.Ю. Олешкова [6, с. 103], регистрируем сочетание следующих коммуникационных потоков: “информационная” коммуникация, осуществляемая с целью сообщения новых знаний и изменения картины мира адресата; “императивная” коммуникация, реализуемая в рамках “инструктирующего” дискурса; “оценочная” коммуникация, которая достигается путем использования оценочных речевых актов и выполняет контрольную функцию. Проиллюстрируем сочетание этих функций фрагментом АПД, относящимся к коммуникативному событию (уроку), где преподаватель объясняет влияние еды на психологию общества:

[1] Professor Kelly Brownell: *But for those of you who raised your hand just tell me — I mean why do you think — what makes you believe food can be addictive? Just somebody tell me. Anybody, go ahead.*

Student: *If you have withdrawals after eating a certain type of food for a long time.*

[2] Professor Kelly Brownell: *Okay, so withdrawal is a possibility.*

[3] *If you eat food for a long time and then you stop, let's say a high sugar diet or something and withdrawal symptoms occur, well that might mean addiction is occurring* (ОУС / 07:16).

Преподаватель вначале пытается привлечь студентов к решению сформулированного им основного вопроса (Почему еда может стать зависимо-

стью?). Его вспомогательные вопросы выполняют функцию побуждения студентов к мыслительной деятельности (1); получив первый ответ, преподаватель прибегает к оценочной коммуникации (2) и наконец, к информационной коммуникации (3), дополняя ответ студента.

Базовую единицу устного АПД (жанр “объяснение материала”) определяем как трехшаговую последовательность “побуждение – оценка – информирование”, посредством которой реализуется объясняющая коммуникативная стратегия преподавателя. Данная последовательность характерна для урока, в котором преподаватель играет вспомогательную, а не доминирующую роль.

Коротко подведем итоги. Англоязычный педагогический дискурс определяется как процессуально-объектное единство, с одной стороны, коммуникативного взаимодействия англоязычных субъектов, осуществляемое с целью обучения, с другой стороны, текстов, описывающих это взаимодействие или участвующих в нем. В англоязычном педагогическом дискурсе выделяются устный, письменный и электронно опосредованный модусы. Устный модус англоязычного дискурса представлен опросом, объяснением нового материала, дискуссией, докладом и рассказом. В таком жанре устного англоязычного педагогического дискурса, как объяснение нового материала, могут быть выделены следующие коммуникационные потоки: императивный, инструктирующий и оценочный. Базовую единицу англоязычного педагогического дискурса (жанр “объяснение нового материала”) определяем как трехшаговую последовательность “побуждение – оценка – информирование”.

Перспективы развития данной темы лежат в области определения минимальных и более крупных единиц англоязычного педагогического дискурса (жанр “объяснение нового материала”), выявление их вариативности, а также в установлении единиц педагогического дискурса других жанров и модусов (письменного и компьютерно опосредованного).

ЛИТЕРАТУРА

1. Земская Е.А. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис / Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Е.Н. Ширяев. – М. : Наука, 1981. – 258 с.
2. Карасик В.И. Характеристики педагогического дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики. – Волгоград : Перемена, 1999. – С. 3–17.
3. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – №2. – С.3–21.
4. Леонтьев А.А. Педагогическое общение / А.А. Леонтьев. – [2-е изд.]. – М.- Нальчик, 1996. – 96 с.
5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.
6. Олешков М.Ю. Дискурс и текст: нарративная интеграция смыслов / М.Ю. Олешков // Дискурс, текст, когниция : коллективная монография. – Нижний Тагил : НТГСПА, 2010. – 496 с.
7. Bernstein B. The structuring of the pedagogic discourse : Class, codes and control / B. Bernstein. – L. : Routledge, 1990. – 235 p.
8. Bernstein B. Pedagogy, Symbolic Control and Identity : Theory, Research, Critique / B. Bernstein. – L. : Taylor & Francis, 1996. – 231 p.
9. Bernstein B. Social class and pedagogic practice / B. Bernstein // The Routledge Falmer reader in Sociology of Education. – L. : Routledge, 2004. – P. 196–217.
10. Dijk T.A., van. Text and Context : Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse / Teun A. van Dijk. – L., N.Y. : Longman, 1977. – 261 p.
11. Halliday M.A.K. Language as Social Semiotic : The Social Interpretation of Language and Meaning. – L. : Arnold, 1978. – 260 p.
12. Maton K. Recovering pedagogic discourse: A Bernsteinian approach to the sociology of educational knowledge / K. Maton // Linguistics and Education. – 2000. – №11 (1). – P. 79–98.
13. Sinclair J. Towards an Analysis of Discourse: The English Used by Teachers and Pupils / J. Sinclair, M. Coulthard. – Oxford : Oxford University Press, 1975. – 163 p.

ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ

ОУС – OpenYaleCourses [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ouc.yale.edu/psychology/psyc-123>.

УДК 371.134

РОЛЬОВА ГРА ДЛЯ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ ІНШОМОВНОГО СПІЛКУВАННЯ НА ОСНОВІ ІМПЛІЦИТНОЇ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ВІДЕОФОНОГРАМИ

Н.М. Лутковська (Київ)

У статті описано комплекс вправ з рольовою грою для формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх економістів на початковому етапі навчання на основі стратегії імпліцитної професіоналізації у немовних вищих навчальних закладах з використанням відеофонограми за критеріями: міра близькості ролі до змісту відеофонограми – від ролі дійової особи до ролі особи, не пов'язаної зі змістом відеофонограми; наявність професійної орієнтації особи ролі; ступінь продуктивності мовлення студента-носія ролі. Навчальне спілкування студентів відбувається в непрофесійних сферах комунікації, у яких вживаються економічно марковані лексичні одиниці.

Ключові слова: відеофонограма, відеофрагмент, економічно марковані лексичні одиниці, імпліцитна професіоналізація, майбутні економісти, рольова гра.

Лутковская Н.Н. Ролевая игра для обучения будущих экономистов иноязычному общению на основе имплицитной профессионализации с использованием видеофонограммы. В статье описан комплекс упражнений с ролевой игрой для формирования иноязычной коммуникативной компетентности будущих экономистов на начальном этапе обучения на основе имплицитной профессионализации в неязыковых высших учебных заведениях с использованием видеофонограммы по критериям: мера близости роли содержанию видеофонограммы – от роли действующего лица до роли персонажа, не связанного с содержанием видеофонограммы; наличие профессиональной ориентации персонажа роли; степень продуктивности речи студента-носителя роли. Обучающее общение студентов происходит в непрофессиональных сферах коммуникации, в которых употребляются экономически маркированные лексические единицы.

Ключевые слова: будущие экономисты, видеофонограмма, видеофрагмент, имплицитная профессионализация, ролевая игра, экономически маркированные лексические единицы.

Lutkovska N.M. Role Play for Teaching Would-be Economists Foreign Language Communication on the Basis of Implicit Specializing with Video. The article is concerned with complex of video-based role play exercises for developing foreign language communicative competence of would-be economists at the primary stage of education on the basis of implicit specializing at non-linguistic higher educational establishments. The complex is founded on the following criteria: degree of closeness of the role to the contents of the video (it ranges from a role of a character of a video sequence to a role not associated with the contents of the video); availability of professional orientation in a role; speech productivity of a student performing a role. Communication for educational purposes covers non-professional communication spheres incorporating lexical units of economic register.

Key words: implicit specializing, lexical units of economic register, role play, video, video sequence, would-be economists.

З метою моделювання процесу реального спілкування на основі комунікативного підходу до навчання іншомовного спілкування суттєві риси реальної комунікації в навчальному середовищі можливо відтворити через рольову гру. Дослідники значну увагу приділяють теоретичним аспектам

рольової гри: її перевагам у порівнянні з іншими прийомами формування навичок і вмій іншомовного спілкування, її функціям у навчальному процесі, її видам, категоріям ролей, етапам її організації та проведення [2; 3; 5; 6; 9; 10]. Низку наукових праць присвячено і практичним питанням ви-

© Лутковська Н.М., 2013

користання рольових ігор у процесі навчання професійно спрямованого спілкування майбутніх економістів: “*The Bellcrest Series*” [8], “*Business Communication Games*” [11], “*Business Projects*” [7], “*Role Play*” [9] тощо. Ці посібники в основному пропонують ділові ігри (simulations), тобто вони призначені для студентів, які вже мають значний професійний досвід.

Актуальність даного дослідження обумовлена тим, що питання теоретичної та практичної організації рольової гри для студентів економічних спеціальностей на початковому етапі навчання у ВНЗ, які не мають теоретичних знань і досвіду роботи за фахом, залишаються поза увагою методистів. Крім того, автори більшості посібників передбачають організацію рольових ігор з опорою на друкований текст, який презентує суто лінгвістичні параметри мовленнєвого дискурсу. Проте процесу реальної комунікації притаманні й екстралінгвістичні параметри, до яких належать: ситуація спілкування, досвід і знання комунікантів, їхні інтенції та наміри, статусно-рольові особливості, психічний і фізичний стан особи, певні культурні рівні й соціальні фактори, що впливають на зміст висловлювання. Базові характеристики усного спілкування – багатство інтонаційного оформлення, паралінгвістичну та екстралінгвістичну інформацію, темпоральний зв’язок із ситуацією спілкування, контактність зі співрозмовником/співрозмовниками – здатна відтворити завдяки слухо-зоровому синтезу динамічна відеофонограма. Тому об’єктом дослідження виступає процес навчання іншомовного спілкування студентів економічних спеціальностей на початковому етапі з використанням відеофонограми. Предметом дослідження є методика застосування рольової гри на основі змісту відеофонограми для навчання майбутніх економістів іншомовного спілкування на початковому етапі. Мета статті полягає в розробленні комплексу вправ з рольовою грою для навчання майбутніх економістів іншомовного спілкування на основі стратегії імпліцитної професіоналізації з використанням відеофонограми. Імпліцитну професіоналізацію – інтегроване оволодіння студента-

ми початкового етапу навчання загальнонавчальною лексикою і частиною економічно маркованих лексичних одиниць (ЛЮ) у непрофесійних сферах комунікації – було описано Е.В. Мірошніченко в її дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук [4]. Проте впровадження стратегії навчання, запропонованої Е.В. Мірошніченко, передбачає опору на друковані матеріали та урахування графічних образів економічно маркованої лексики. Важливість аудитивних образів ЛЮ з економічним маркуванням дає підставу запропонувати здійснення імпліцитної професіоналізації на основі відеофонограми. Реалізація мети статті передбачає вирішення таких завдань: визначити позитивні якості рольової гри, організованої з використанням відеофонограми; виділити з навчальних відеокурсів, створених носіями мови, а також із автентичних художніх і документальних фільмів ситуації, які містять зразки спілкування у непрофесійних сферах комунікації і включають економічно марковану лексику; охарактеризувати комплекс вправ з рольовою грою з урахуванням зв’язку особи ролі зі змістом відеофонограми; проілюструвати зразки рольових ігор з опорою на зміст відеофрагментів. Матеріалом для розроблення комплексу вправ з рольовою грою на основі змісту відеофонограми переважно послужили фрагменти навчальних відеокурсів, що зумовлено типовістю представлених у них ситуацій спілкування і наявністю спеціально відібраних для активізації та засвоєння лексичних одиниць.

Основними перевагами рольових ігор у порівнянні з іншими прийомами формування навичок і вмінь іншомовного спілкування методисти вважають високий рівень мовленнєвої активності студентів, підвищення їх інтересу до навчання, можливість організації в процесі рольової гри спільної діяльності студентів [10, с. 43–48]. Крім того, у рольовій грі проявляються особистісні якості студента, інколи нереалізовані в повсякденному житті особливості характеру й темпераменту [3, с. 75]. Дослідники виділяють важливу психологічну перевагу, яку надає презентація подій з використанням відео у порівнянні з поясненнями викладача до за-

пропонованої рольової гри – представлена модель спілкування створює у тих, хто навчається, чітке уявлення про зміст ролі [12, с. 39–40]. У той же час відеофонограма дозволяє використовувати ефективний прийом озвучування фрагментів за ролями, а також моделювати рольові ігри (Н.І. Бичкова, О.С. Конотоп, Е.І. Щукіна, J. Lonergan, F.L. Stoller та інші). Істотною перевагою відеофонограми є і презентація не лише мовлення як результату процесу спілкування, але й самого процесу комунікації. Таким чином забезпечується паралельне формування всіх складників комунікативної компетентності – лінгвістичного, соціокультурного й прагматичного.

Відповідно до Програми з англійської мови для професійного спілкування, яка передбачає формування мовленнєвої компетентності майбутніх економістів для адекватної поведінки у ситуаціях: „У турагенстві/аеропорту”, „У готелі/банку”, „Продаж/купівля”, „Претензії” та ін., нами було здійснено відбір відеофрагментів, що містять зразки спілкування майбутніх економістів у непрофесійних сферах комунікації, у яких вживаються економічно мар-

ковані лексичні одиниці. З метою створення комплексу вправ з рольовою грою на основі змісту відеофонограми було виділено необхідні критерії, причому враховано визначені Н.І. Бичковою три види ролей, коли студенти можуть: 1) виконувати роль дійової особи відеофонограми; 2) виступати в ролі особи, яка не є дійовою особою відеофонограми; 3) продукувати висловлювання від своєї особи в ситуації, що може виникнути в реальному житті [1].

Критерій I. Зв’язок особи ролі зі змістом відеофонограми: 1) роль дійової особи відеофонограми; 2) роль особи, пов’язаної зі змістом відеофонограми; 3) роль особи, не пов’язаної зі змістом відеофонограми (студент частково вкладає в своє мовлення і свій особистий зміст). Цей критерій у певній мірі співвідноситься з двома наступними критеріями.

Критерій II. Професійна орієнтація особи ролі: 1) професійно-орієнтована особа ролі; 2) непрофесійно-орієнтована особа ролі.

Критерій III. Ступінь продуктивності мовлення студента: 1) репродуктивне мовлення; 2) продуктивне мовлення (Табл. 1).

Таблиця 1

Критерії розроблення комплексу вправ з рольовою грою на основі змісту відеофонограми

| Зв’язок особи ролі зі змістом відеофонограми | Професійна орієнтація особи ролі | Ступінь продуктивності мовлення студента |
|--|----------------------------------|--|
| 1. роль дійової особи відеофонограми | непрофесійно-орієнтована особа | репродуктивне мовлення |
| 2. роль дійової особи відеофонограми | професійно-орієнтована особа | репродуктивне мовлення |
| 3. роль особи, пов’язаної зі змістом відеофонограми | непрофесійно-орієнтована особа | продуктивне мовлення |
| 4. роль особи, пов’язаної зі змістом відеофонограми | професійно-орієнтована особа | продуктивне мовлення |
| 5. роль особи, не пов’язаної зі змістом відеофонограми | непрофесійно-орієнтована особа | продуктивне мовлення |
| 6. роль особи, не пов’язаної зі змістом відеофонограми | професійно-орієнтована особа | продуктивне мовлення |

Зазначені критерії стосуються ролі одного із учасників спілкування, його роль у наведених нижче ілюстраціях належить студенту 1 (Student 1). Застосування виділених критеріїв дозволяє визначити можливі варіанти сполучення міри близькості зв'язку особи ролі зі змістом відеофонограми, професійної орієнтації особи ролі, ступеню продуктивності мовлення студента під час спілкування в непрофесійних сферах комунікації.

Опишемо види вправ з рольовою грою на основі змісту відеофонограми і представимо відповідні ілюстрації.

Вид вправи 1

Студент спілкується в ролі дійової особи, яка не є професійно-орієнтованою; мовлення студента репродуктивне; вправа рецептивно-репродуктивна, умовно-комунікативна, виконується в парах; активізовані економічно марковані ЛО: *afford v, buy v, own v, pay v, price n, property n, rent n*.

Мета: навчання репродуктивного мовлення.

Відеофонограма: фрагмент "Port Isaac" (навчальний відеокурс "People and Places").

Фаза 1: Перегляд відеофрагмента.

Фаза 2: Після демонстрації відеофрагмента "Port Isaac" один із студентів пари грає роль дійової особи відеокурсу Труді Харріс (жінки) або Лайонела Харріса (чоловіка).

Комунікативне завдання:

Teacher to Student 1 (Trudy/Lionell Harris): *You're Trudy/Lionell Harris. A relative of yours is going to move to Port Isaac to settle down in the area. He doesn't have enough money to buy a place of his own straight away. So your experience of buying a council house from the local authorities will be very helpful for him. Tell him about it.*

Teacher to Student 2 (a relative of Trudy/Lionell Harris): *You're going to move to Port Isaac to settle down in the area. But you don't have enough money to buy a place of your own straight away. So Trudy's/Lionell's experience of buying a council house from the local authorities will be very helpful for you. Listen to her/his tips on the matter. Decide if her/his recommendations suit you.*

Teacher to all students: *Now communicate in pairs.*

Вид вправи 2

Студент спілкується в ролі дійової особи, яка є професійно-орієнтованою; мовлення студента репродуктивне; вправа рецептивно-репродуктивна, умовно-комунікативна, виконується в парах; активізовані економічно марковані ЛО: *cash n, cheque n, claim something back phr, credit card n, fill in a form phr, pay v, per cent n, retail export scheme n, shop n, shopping n, tax n, tax-free adj.*

Мета: навчання репродуктивного мовлення.

Відеофонограма: фрагмент "At a Clothes Shop" (навчальний відеокурс "BBC Essential English Guide to Britain").

Фаза 1: Перегляд відеофрагмента.

Фаза 2: Після демонстрації відеофрагмента "At a Clothes Shop" один із студентів пари грає роль дійової особи відеокурсу – продавця в крамниці одягу.

Комунікативне завдання:

Teacher to Student 1 (a shop-assistant): *You're a shop-assistant at a clothes shop. Help your client make a buy.*

Teacher to Student 2 (a customer): *You're at a clothes shop. You'd like to buy some items to wear. Ask about the models available, their prices and discounts.*

Teacher to all students: *Now communicate in pairs.*

Вид вправи 3

Студент спілкується в ролі непрофесійно-орієнтованої особи, пов'язаної зі змістом відеофонограми; мовлення студента продуктивне; вправа рецептивно-репродуктивна/продуктивна, умовно-комунікативна, виконується в парах; активізовані економічно марковані ЛО: *air freight n, cash n, cost n, department n, form n, insurance n, packing charges n, sea freight n, ship v.*

Мета: навчання продуктивного мовлення.

Відеофонограма: фрагмент "Shopping in the Philippines" (навчальний відеокурс "The Sadrina Project").

Фаза 1: Перегляд відеофрагмента.

Фаза 2: Після демонстрації відеофрагмента "Shopping in the Philippines" один із студентів пари грає роль особи, пов'язаної зі змістом відеофоно-

грами – американського туриста, який під час поїздки по Філіппінах зупинився у тому самому готелі, що і дійова особа відеокурсу Хелен Елліот.

Комунікативне завдання:

Teacher to Student 1 (an American tourist): *It's your first visit to the Philippines. You're interested in buying something original to decorate your cottage. Helen Elliot, a journalist from Australia staying at the same hotel with you, has bought some souvenirs at the stores of Manila. Ask her to tell you about her shopping in the Philippines.*

Teacher to Student 2 (Helen Elliot): *You're Helen Elliot. An American tourist staying at the same hotel with you wants to learn what souvenirs you have bought while visiting Manila. Tell him about your shopping experience in the Philippines.*

Teacher to all students: *Now communicate in pairs.*

Вид вправи 4

Студент спілкується в ролі професійно-орієнтованої особи, пов'язаної зі змістом відеофонограми; мовлення студента продуктивне; вправа рецептивно-репродуктивна/продуктивна, умовно-комунікативна, виконується в парах; активізовані економічно марковані ЛО: *catalogue n, cost v, copy n, invoice n, print v, total n, visiting card n.*

Мета: навчання продуктивного мовлення.

Відеофонограма: фрагмент "Ordering Visiting Cards" (навчальний відеокурс "The Sadrina Project").

Фаза 1: Перегляд відеофрагмента.

Фаза 2: Після демонстрації відеофрагмента "Ordering Visiting Cards" один із студентів пари грає роль особи, пов'язаної зі змістом відеофонограми – колеги дійової особи відеокурсу Девіда Фостера.

Teacher to Student 1 (a co-worker of David Foster): *After his arrival to London your co-worker David Foster recollects the incident that happened to him while he was staying in Hong Kong: he lost his briefcase containing confidential documents, advertising booklets and visiting cards. The best solution at the moment was to order new cards. Ask David to tell you how he had new visiting cards made for him.*

Teacher to Student 2 (David Foster): *You're David Foster. After coming back from your trip to Hong Kong you recollect the incident that happened to you while you were staying there: you lost your briefcase containing confidential documents, advertising booklets and visiting cards. The best solution at the moment was to order new cards. Tell your co-worker how you had new visiting cards made for you.*

Teacher to all students: *Now communicate in pairs.*

Вид вправи 5

Студент спілкується в ролі непрофесійно-орієнтованої особи, не пов'язаної зі змістом відеофонограми; мовлення студента продуктивне; вправа рецептивно-продуктивна, виконується на базі двох фрагментів відеофонограми, комунікативна, з використанням прийому групової дискусії; активізовані економічно марковані ЛО: *afford v, buy v, own v, pay v, price n, property n, rent n.*

Мета: навчання продуктивного мовлення.

Відеофонограма: два фрагменти "Port Isaac" і "Glenrothes" (навчальний відеокурс "People and Places").

Комунікативне завдання:

Teacher to all students: *You are members of a youth club. Participate in a round table discussion, taking place in Liverpool. Some people like Trudy Harris from Port Isaac prefer to rent a flat or a house from a local council or a private person. Other people like David Mair from Glenrothes don't want to pay money for accommodation that will never become their own. Express your opinion stating pros and cons of renting a place to live or buying a house of your own. Now communicate.*

Вид вправи 6

Студент спілкується в ролі професійно-орієнтованої особи, не пов'язаної зі змістом відеофонограми; мовлення студента продуктивне; вправа рецептивно-продуктивна, виконується на базі декількох фрагментів відеофонограми, комунікативна, студенти спілкуються в малих групах; активізовані економічно марковані ЛО: *bank n, bargaining n, busy adj, cash n, cheque n, claim something back phr, credit card n, customer n, department store n, employ*

v, fill in a form phr, goods n, pay v, per cent n, quality n, retail export scheme n, sale n, security personnel n, shop n, shopping n, staff n, store n, supplier n, , style n, take over v, tax n, tax-free adj, van delivery service phr, wrap v.

Вправа

Мета: навчання продуктивного мовлення.

Відеофонограма: фрагменти “*Shop till You Drop*”, “*Shopping Hyperguide*”, “*At a Clothes Shop*”, “*At a Market*” (навчальні відеокурси “*Enterprise 2*”, “*Hyperguide London*”, “*BBC Essential English Guide to Britain*”).

Комунікативне завдання:

Teacher to Student 1 (a marketer): *You're carrying out a market research on the most effective ways of shopping in Cardiff. Ask the people taking part in the public opinion poll about their preferences.*

Teacher to Students 2-4 (interviewees): *You live in Cardiff. You're taking part in a public opinion poll on the most effective ways of shopping. Tell your interviewer about your preferences for buying goods from the marketplaces, shops or ordering them on line. Provide the reasons to support your opinion.*

Teacher to all students: *Now communicate in small groups.*

Використання описаного комплексу вправ з рольовою грою на основі змісту відеофонограми дозволяє ефективно реалізувати стратегію імпліцитної професіоналізації з опорою на аудитивні образи економічно маркованих ЛО під час навчання майбутніх економістів іншомовного спілкування в непрофесійних сферах комунікації. Застосування відеофонограми дає можливість організувати в процесі рольової гри спільну комунікативну діяльність студентів, надати зразки автентичної комунікації, створити чітке уявлення про зміст ролі, забезпечити паралельне формування всіх складників комунікативної компетентності.

Перспективи подальшого дослідження ми вбачаємо у створенні рольових ігор на основі змісту відеофонограми для навчання іншомовного спілкування студентів інших спеціальностей, професійний словниковий запас яких може бути значно поповнений завдяки використанню на початковому етапі навчання імпліцитної професіоналізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бичкова Н.І. Основи використання відеофонограми та фонограми для навчання іноземних мов. Ч. 1 / Н.І. Бичкова. – К. : Віпол, 1999. – 107 с. 2. Ганніченко Т.А. Формування комунікативної компетенції майбутніх економістів засобами дидактичної гри у процесі мовної освіти : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Тетяна Анатоліївна Ганніченко. – Херсон, 2009. – 260 с. 3. Китайгородская Г.А. Интенсивное обучение иностранным языкам: теория и практика / Г.А. Китайгородская. – М. : Рус. яз., 1992. – 254 с. 4. Мирошниченко Э.В. Обучение профессиональной лексике студентов-экономистов при устноречевом общении в непрофессиональных сферах коммуникации (начальный этап, английский язык) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Мирошниченко Элина Валерьевна. – К., 1996. – 318 с. 5. Тарнопольский О.Б. Методика обучения английскому языку для делового общения : учеб. пособие / О.Б. Тарнопольский, С.П. Кожушко. – К. : Ленвит, 2004. – С. 100–133. 6. Черниш В.В. Організація та проведення рольових ігор на уроках іноземної мови / В.В. Черниш // Іноземні мови. – 2010. – № 4. – С. 7–15. 7. Business Projects. Student's Book and Workbook / [О.Б. Тарнопольський, С.П. Кожушко, Р.О. Безугла та ін.]. – К. : "Фірма" ІНКООС, 2002. – 280 с. 8. Esnol A. The Bellcrest Series. English for Business. Activity Book. Volume 2 / A. Esnol, G. Lees, M. Poty. – Oxford : Oxford University Press, 1985. – 96 p. 9. Ladousse G.P. Role Play / Gillan Porter Ladousse. – Oxford : Oxford University Press, 1995. – 181 p. 10. Livingstone C. Role Play in Language Learning / Carol Livingstone. – М. : Высшая школа, 1988. – 127 p. 11. Lloyd A. Business Communication Games / A. Lloyd, A. Preier. – Oxford : Oxford University Press, 1996. – 128 p. 12. Lonergan J. Video in Language Teaching / Jack Lonergan. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – P. 4–79.

РЕЦЕНЗІЇ

А. Є. Здражко

Бібліографічний покажчик

“УКРАЇНСЬКІ ВИДАННЯ ПЕРЕКЛАДНОЇ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ВІД 1900 ДО 2011 рр.”

(Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2012. – 132 с.)

О.В. Ребрій, канд. філол. наук (Харків)

Загальновідома значущість художнього перекладу як мовотворчого, літературотворчого, культуротворчого та націєтворчого чинника у житті українського суспільства. Як зазначає з цього приводу найвагоміша постать сучасного українського перекладознавства Р. П. Зорівчак, “перекладна література, починаючи від старокиївської доби, відіграє надзвичайно важливу роль у нашому культурному житті і як зберігач духовних цінностей, і як виховний засіб, і як засіб самовиразу нації та збагачення спроможностей рідної мови” [1, с. 4]. Її думку підхоплює та розвиває М. Стріха, на переконання якого український переклад ХІХ й ХХ століть виконував не стільки інформативну, скільки націєтворчу функцію, “уможлилював пряме без посередників спілкування української культури з іноземними літературами й допомагав утверджувати ідею можливості прямих культурних зв’язків між українцями й іноземцями, а відтак й ідею культурної та політичної рівності українців з іншими європейськими народами” [2, с. 9–10].

Серед розмаїття перекладної літератури, твори для дітей та юнацтва посідають особливе місце, хоча саме поняття дитячої літератури досі залишається неостаточно визначеним, про що, зокрема, свідчить феномен творів подвійної комунікативної адресації – для дітей та дорослих. Насправді, кордони між літературою для дітей та літературою для дорослих повсякчас залишаються розмитими,

що передбачає міграцію з одного табору до іншого в обох напрямках. Цікаво, що чимало саме таких творів (іноді спеціально адаптованих під дитяче сприйняття) пригортають увагу українських перекладачів з самого початку представленого у рецензованому покажчику періоду. Серед доволі короткого переліку творів у Розділі І, де наведені українські дореволюційні видання перекладної дитячої літератури (1902 – 1916), ми можемо побачити переклади книжок таких авторів, як Д. Дефо, Дж. Свіфт, А. К. Дойль чи М. Твен. Можемо припустити, що така ситуація свідчить про те, що на початку ХХ століття власне дитяча література ще не набула того глобального статусу, який вона має сьогодні (достатньо згадати ті ж самі романи Дж. Ролінг, які за накладками перевищують будь-які інші художні твори!). Водночас, очевидним є й те, що українські перекладачі намагалися оперативніше донести до українських дітей ті новітні твори, якими захоплювалися їхні однолітки в інших країнах, як, наприклад, чудові, але такі різні казки Р. Кіплінга та О. Вайлда.

Розділ ІІ містить посилання на українські видання перекладної дитячої літератури за часів УНР та в період першої хвилі радянської українізації (1917 – 1930 рр.). Надзвичайно цікавий та плідний період! Навіть у скрутні часи революції, громадянської війни та післявоєнної руйни ні на мить не призупиняється просвітницька місія українських

перекладачів, а перелік авторів все зростає. І знову українські діти отримують найкраще зі світової літературної скарбниці, долучаючись до книжок Е. Сетон-Томпсон, Ч. Діккенса, Дж. Лондона, Р. Л. Стівенсона, Е. А. По, М. Твена, Г. Бічер-Стоу, Дж. Ф. Купера, О'Генрі, Т. М. Ріда, Дж. К. Честертон тощо.

Українізація, як зазначає укладачка, мала чимало позитивного, зокрема у царині видавничої справи: з'явилося багато нових видавництв, які спеціалізувалися на виданні дитячої літератури, друкувалися збірки перекладних творів окремих письменників, що уможливило більш ґрунтовне ознайомлення з їхньою творчістю. З іншого боку, тут, як майже завжди за радянських часів, були свої "перекося", внаслідок яких постраждала передусім, мова деяких перекладених у цей період творів.

Найбільшим за обсягом є Розділ III, в якому зібрані посилання на українські видання перекладної дитячої літератури за часів УРСР (1931 – 1990 рр.) Очевидно, що в цей період зберігаються вже визначені нами тенденції – збільшується як кількість перекладених авторів, так і самих творів, з'являються нові видавництва, збірки та серії, активізується практика друку перекладних дитячих творів у періодиці тощо. Треба зазначити, що дитяча перекладна література, можливо, найменше постраждала від дії ідеологічного чинника, а книжки на кшталт "Секрет страйку" (1936 р.) все ж таки є радше виключенням, ніж правилом. Якщо до кінця 60-х – початку 70-х років у переліку переважають добре відомі й перевірені часом імена класиків, пізніше з'являється все більше й більше "новачків", які миттєво завойовують шалену популярність серед дитячої та підліткової аудиторії – А. Крісті, Дж. М. Баррі, Е. Гемінґвей, А. Мілн, Л. Керролл, К. Воннегут, Л. Ф. Баум, Т. Капоте тощо. Як можна побачити з наведеного переліку (і, звичайно ж, із самого покажчика), у цей період змінюється саме уявлення про дитячу літературу: з одного боку, перекладається та друкується більше творів, умовно розрахованих на дошкільнят та дітей молодшого шкільного віку, а з іншого, – чи не вперше з'являються твори, цілю-

вою аудиторією якої є ті, хто в сучасному англomовному соціумі кваліфікуються як *young adults* (не знаю, чи існує в українській мові взагалі подібне визначення). Тим не менш, твори багатьох письменників, які отримали світову славу, а деякі й канонічний статус, все ще під забороною (чи то явною, чи то прихованою), і тут ми врешті-решт сягаємо Розділу IV, де зібрані українські видання перекладної дитячої літератури періоду незалежності (1991 – 2011).

Перше, що кидається в очі, – це зростання масштабів друку, адже кількість творів, виданих за 21 рік незалежності лише трохи поступається кількості творів, надрукованих за попередні 60! Друге, це подальше поширення переліку авторів, що, безперечно, пов'язане з тим бумом дитячої літератури, свідками якого за останні 10 – 15 років є всі ми. Втім поруч з творам "модних" Дж. Ролінґ, Л. Снікета, Ф. Керра чи Ф. Пуллмана, українські діти (а разом з ними й дорослі) отримали можливість долучитися до спадку таких літературних гігантів, як Дж. Р. Р. Толкін, К. С. Люїс чи Р. Дал. Третє, на що звертаємо увагу, це – феномен множинності перекладів. Наприклад, самого лише Л. Керролла за цей період перекладають 4 рази (є навіть два різних переклади талановитого перекладача В. Корнієнка) – і це на додачу до перекладу 1975 року! В основі цього явища, на нашу думку, перебуває ідея змагання – як творчого, до якого залучені перекладачі, так і комерційного – між видавництвами.

Пишучи цю рецензію, ми хотіли насправді показати, як багато важливої та цікавої інформації можна дістати з такої, на перший погляд, лаконічної книжки, як бібліографічний покажчик.

На завершення, хотілося б сказати слова подяки усім перекладачам, імена яких згадані на сторінках цієї публікації, за надзвичайно важливу культурно-просвітницьку роботу. Сьогодні перекладена дитяча література нерідко домінує на полицях українських книгарень, де "національний продукт" представлений переважно творами класиків або фольклором. Не вдаючись до аналізу причин такого становища, зазначимо, що, очевидно, пе-

рекладна література для дітей посіла центральне місце у дитячій культурній полісистемі, витіснивши власне українську на периферію. Причина того, що за роки незалежності ситуація майже не виправилася, полягає у неспроможності сучасної української культури та літератури як її складової подолати колоніальну травму радянського та дорадянського періоду.

Творча майстерність українських перекладачів, які спираються на міцні традиції, але також повсякчас вдосконалюють свій фах, допомагає українським дітям знайомитися зі світом літератури та реальним світом і вдосконалювати свої моральні норми та естетичний смак в очікуванні якісних змін

в царині автохтонної україномовної дитячої літератури.

Показчик розрахований на широке коло фахівців, яких цікавлять проблеми дитячої літератури та її перекладу, бібліографів, видавців і усіх небайдужих до художнього слова.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зорівчак Р. П. Український художній переклад як націєтворчий чинник / Р. П. Зорівчак // Зарубіжна література. – 2007. – Квіт. (Чис. 14). – С. 1–5.
2. Стріха М. Український художній переклад: між літературою і націєтворенням / М. Стріха. – К. : Факт – Наш час, 2006. – 344 с.

**ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РУКОПИСІВ СТАТЕЙ
ВІСНИКА ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ імені В.Н. КАРАЗИНА
Серія “Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”**

Матеріали для опублікування приймаються від спеціалістів у галузі романо-германської філології та методики викладання іноземних мов. Зміст статей повинен відповідати вимогам ВАК України (див. Бюлетені ВАК, 2003, № 1; 2008, № 2).

Мова публікацій: українська, російська, англійська, німецька, французька.

Обсяг публікацій у межах: 7–9 стор.

Правила оформлення рукописів

- стаття подається у редакції Word для Windows версія 6.0, 7.0 без автоматичних переносів слів разом з двома примірниками тексту;

- індекс УДК міститься ліворуч, перед назвою публікації (шрифт 12 Times New Roman);

- відцентрована назва публікації друкується великими літерами жирним шрифтом (розмір шрифту 14), під нею в центрі звичайними літерами ініціали автора, прізвище, вчена ступінь після коми (канд. філол. наук) та поряд у дужках – назва міста;

- анотації (близько 500 знаків з пробілом, ключові слова розмістити за абеткою) на трьох мовах: українській, російській, англійській) подаються шрифтом 10 Times New Roman; на початку кожної анотації подати ініціали, прізвище автора та назву статті на відповідній мові;

- основний текст рукопису друкується через 1,5 інтервали шрифтом 12 Times New Roman або Times ET, поля ліворуч, вгорі, внизу – 2,5 см, праворуч – 1 см. Відступ абзацу – 5 знаків. Чітко диференціюються тире (–) та дефіс (-);

- при використанні спеціальних шрифтів або символів їх додають відокремленими файлами. При наявності ілюстрацій їх теж подають відокремленими файлами;

- статтю необхідно узгодити з вимогами ВАК, тобто на початку вказати об’єкт, предмет, мету, матеріал та актуальність дослідження, наприкінці намітити перспективи аналізу (шрифт розріджений – 3,0);

- ілюстративний матеріал подається курсивом. Елементи тексту, які потребують виділення, підкреслюються. Значення слів тощо беруться у лапки.

- посилання у тексті оформлюються згідно з нумерацією списку використаної літератури, наприклад: С. Левінсон [1, с. 35], де перший знак – порядковий номер за списком, а другий – номер цитованої сторінки;

- завершує публікацію Література (друкується жирним шрифтом великими літерами без відступу від лівого поля). Нижче впідбір до тексту подається занумерований перелік цитованих робіт (довідники включно) в алфавітному порядку авторів, оформлений із дотриманням стандартів ВАК України 2008, наприклад:

1. Адмони В.Г. Исторический синтаксис немецкого языка / В.Г. Адмони. – М. : Высш. шк., 1963. – 335 с.

2. Богданов В.В. Коммуниканты / В.В. Богданов, В.И. Иванов // Вестник Харьк. нац. ун-та имени В.Н. Каразина. – 1989. – № 339. – С. 12–18. (див. правила оформлення списку літератури у Бюлетені ВАК № 3, 2008 р.)

При необхідності надається список джерел ілюстративного матеріалу, оформлений так само, якому передують назва джерела ілюстративного матеріалу;

- підрядкові виноски не допускаються.

В окремому файлі та на окремому аркуші подаються відомості про автора (прізвище, ім’я та по батькові повністю), науковий ступінь, звання, місце роботи, посада, телефон, домашня та електронна адреси, контактні телефони.

Аспіранти та викладачі додають до рукопису витяг із протоколу засідання кафедри / вченої ради з рекомендацією рукопису до друку та рекомендацію наукового керівника на подану статтю.

Подані матеріали не рецензуються і не повертаються.

Редакційна колегія

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, № 1052

Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов»

Збірник наукових праць

Українською, російською, англійською,
німецькою та французькою мовами

Відповідальний за випуск
Технічний редактор

Л.Р. Безугла
Л.П. Зябченко

Підписано до друку 31.05.2013. Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Друк ризографічний. Обл.-вид.арк. 17,7. Ум. друк. арк. 15,2.
Тираж 80 пр. Зам. 3105/2013. Ціна договірна.

61022, м. Харків, 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.